

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



VŨ CÔNG CƯỜNG

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET VNPT
TRÊN ĐỊA BÀN BẮC GIANG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH
(Theo định hướng ứng dụng)

HÀ NỘI - NĂM 2022

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



VŨ CÔNG CƯỜNG

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET VNPT TRÊN ĐỊA
BÀN BẮC GIANG**

Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH

Mã số: 8.34.10.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

(Theo định hướng ứng dụng)

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

TS: TRẦN NGỌC MINH

HÀ NỘI - NĂM 2022

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan bản luận văn tốt nghiệp được thực hiện và hoàn thành dưới sự hướng dẫn của TS. Trần Ngọc Minh, đây là sản phẩm nghiên cứu của tôi. Các cơ sở dữ liệu nêu trong luận văn là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng. Những phân tích và nhận định thực tế về chất lượng được xác định bằng số liệu thực tế trong quá trình cung cấp dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang.

TÁC GIẢ

VŨ CÔNG CƯỜNG

LỜI CẢM ƠN

Trong thời gian học tập, nghiên cứu và làm luận văn, tôi đã nhận được sự động viên, khích lệ, tạo điều kiện của các Thầy Cô, các cấp lãnh đạo, anh chị em, bạn bè đồng nghiệp và gia đình.

Đầu tiên tôi xin chân thành cảm ơn Ban giám hiệu nhà trường Học Viện Công Nghệ Bưu Chính Viễn Thông, cùng các Thầy Cô đã giúp đỡ và tạo điều kiện cho tôi hoàn thành chương trình học tập và hoàn thành luận văn của mình.

Đặc biệt, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới TS. Trần Ngọc Minh người đã trực tiếp tận tình chỉ bảo, hướng dẫn tôi đi đúng hướng trong suốt quá trình nghiên cứu và thực hiện luận văn này.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Bắc Giang, ngày...tháng ... năm 2022

TÁC GIẢ LUẬN VĂN

VŨ CÔNG CƯỜNG

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
Chương I. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ THỰC TẾ VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET	5
1.1 Tổng quan về chất lượng.....	5
1.1.1 Chất lượng và các đặc điểm của chất lượng.....	5
1.2 Tổng quan về chất lượng dịch vụ.....	8
1.2.1 Khái niệm về dịch vụ.....	8
1.2.2 Các đặc điểm của dịch vụ	11
1.2.3 Chất lượng dịch vụ.....	13
1.2.4 Phát triển về thương hiệu.....	15
1.3 Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ và dịch vụ internet.....	17
1.3.1 Mô hình SERVPERE	17
1.3.2 Mô hình SERVQUAL.....	18
1.3.3 Mô hình chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.....	25
1.3.3.1 Mô hình kỹ thuật dùng cho các loại dịch vụ	25
1.3.3.2 Chất lượng kỹ thuật đối với chất lượng dịch vụ internet.....	27
1.4 Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ internet	35
1.4.1 Các yếu tố bên trong	35
1.4.2 Các yếu tố bên ngoài.....	37
1.5 Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ internet tại một số doanh nghiệp viễn thông... 41	
1.5.1 Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ internet của VNPT Phú Thọ	41
1.5.2 Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ internet của VNPT Hà Nội	43
1.5.3 Bài học kinh nghiệm cho VNPT địa bàn Bắc Giang	44
Chương 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET TẠI VNPT ĐỊA BÀN BẮC GIANG.....	45
2.1 Giới thiệu chung về VNPT địa bàn Bắc Giang.....	45
2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của VNPT Bắc Giang.....	45
2.1.2 Cơ cấu tổ chức của VNPT địa bàn Bắc Giang.....	48
2.1.3 Chức năng nhiệm vụ.....	52
2.1.4 Các dịch vụ chủ yếu	53
2.1.5 Dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang	56
2.1.6 Kết quả kinh doanh của VNPT Bắc Giang.....	58

2.2	Thực trạng chất lượng dịch vụ internet	60
2.2.1	<i>Chất lượng dịch vụ theo đánh giá của khách hàng</i>	60
2.2.2	<i>Thống kê chất lượng dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang</i>	69
2.3	Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang	76
2.3.1	<i>Yếu tố bên trong</i>	76
2.3.2	<i>Yếu tố bên ngoài</i>	80
2.4	Đánh giá chung chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang	84
2.4.1	<i>Điểm mạnh</i>	84
2.4.2	<i>Điểm yếu</i>	85
2.4.3	<i>Nguyên nhân</i>	86
Chương 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET TẠI VNPT ĐỊA BÀN BẮC GIANG		90
3.1	Định hướng phát triển của VNPT địa bàn Bắc Giang	90
3.1.1	<i>Sứ mệnh và tầm nhìn</i>	90
3.1.2	<i>Mục tiêu và chiến lược của VNPT Bắc Giang giai đoạn 2021 – 2025</i>	90
3.2	Kiến nghị một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang	91
3.2.1	<i>Đổi mới mô hình tổ chức sản xuất nâng cao chất lượng nguồn nhân lực</i>	91
3.2.2	<i>Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ và chất lượng mạng lưới</i>	98
3.2.3	<i>Cải tiến quy trình nhằm rút ngắn thời gian thiết lập hỗ trợ xử lý dịch vụ</i>	104
KẾT LUẬN		109
TÀI LIỆU THAM KHẢO		110

DANH MỤC CÁC THUẬT NGỮ, CHỮ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Nghĩa tiếng việt
1	CLDV	Chất lượng dịch vụ
2	CNTT	Công nghệ thông tin
3	GAN	Global Area Networks
4	GTGT	Giá trị gia tăng
5	ISPs	Internet Service Providers
6	LAN	Local Area Networks
7	MAN	Metropolitan Area Networks
8	NAPs	Network Access Point
9	NVKD	Nhân viên kinh doanh
10	NVKT	Nhân viên kỹ thuật
11	POPs	Point of Presences
12	TTVT	Trung tâm viễn thông
13	UCTT	Ứng cứu thông tin

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2. 1: Tăng trưởng thuê bao internet và doanh thu dịch vụ	58
Bảng 2. 2: Tỷ lệ thuê bao rời mạng dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang	60
Bảng 2. 3: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Mức độ tin cậy”	63
Bảng 2. 4: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Khả năng đáp ứng”	64
Bảng 2. 5: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Năng lực phục vụ”	65
Bảng 2. 6: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Mức độ thông cảm”	65
Bảng 2. 7: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Chất Lượng kỹ thuật”	66
Bảng 2. 8: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Phương tiện hữu hình”	67
Bảng 2. 9: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Hình ảnh dịch vụ”	67
Bảng 2. 10: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ internet”	68
Bảng 2. 11: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ”	69
Bảng 2. 12: Năng lực mạng lưới internet của VNPT địa bàn Bắc Giang	70
Bảng 2. 13: Đánh giá chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật của VNPT địa bàn Bắc Giang	71
Bảng 2. 14: Đánh giá các tiêu chí chất lượng phục vụ của VNPT địa bàn Bắc Giang	73
Bảng 2. 15: Đánh giá của khách hàng đối với chất lượng kỹ thuật của dịch vụ Internet	75
Bảng 2. 16: Trình độ nguồn nhân lực của VNPT địa bàn Bắc Giang	77
Bảng 2. 17: Độ tuổi nguồn nhân lực VNPT địa bàn Bắc Giang	77
Bảng 2. 18: So sánh chất lượng mạng internet với đối thủ cạnh tranh	88

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 1. 1: Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng.....	7
Hình 1. 2: Dịch vụ tổng thể.....	10
Hình 1. 3: Minh họa các đặc điểm của dịch vụ.....	13
Hình 1. 4: Mô hình chất lượng của Parasuraman, Zeithaml và Berry.....	18
Hình 1. 5: Các yếu tố quyết định đến chất lượng dịch vụ.....	22
Hình 1. 6: Mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL.....	23
Hình 1. 7: Mô hình chất lượng dịch vụ của Gronroos	26
Hình 1. 8: Mô hình mạng lưới internet của VNPT địa bàn Bắc Giang.....	28
Hình 2. 1: Sơ đồ tổ chức của VNPT địa bàn Bắc Giang.....	51
Hình 2. 2: Tăng trưởng thuê bao internet của VNPT Bắc Giang	59
Hình 2. 3: Tốc độ tăng doanh thu dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang.....	59
Hình 2. 4: Tổng quan về chất lượng kỹ thuật của dịch vụ internet	75
Hình 3. 1: Sơ đồ tổ chức hoạt động mới của VNPT Bắc Giang	92
Hình 3. 2: Hệ thống cung cấp dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang	99
Hình 3. 3: Mô hình thiết lập dịch vụ internet hiện tại	105
Hình 3. 4: Mô hình thiết lập dịch vụ mới.....	106
Hình 3. 5: Mô hình tiếp nhận thuê bao báo hỏng.....	107
Hình 3. 6: Mô hình tiếp nhận thuê bao báo hỏng mới.....	108

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Dịch vụ Internet là một mảng kinh doanh trong ngành viễn thông, đây là một ngành có sức hấp dẫn vì nó đem lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của đời sống xã hội, thị trường dịch vụ Internet của Việt Nam được đánh giá là một thị trường dịch vụ đầy tiềm năng và nó đã trở thành nhân tố quan trọng có tác dụng thúc đẩy sự ra nhập của nhiều nhà khai thác ngành Viễn thông khác.

Khi Bộ thông tin và truyền thông chính thức bỏ hình thức độc quyền trong lĩnh vực viễn thông thì những trở ngại của ngành viễn thông gần như không còn, sau khi những trở ngại không còn thì rất nhiều công ty đã tham gia vào thị trường viễn thông này. Khi đó nảy sinh vấn đề cạnh tranh giành thị phần, thị trường giữa các nhà mạng sôi động hơn.

VNPT địa bàn Bắc Giang trong những năm qua có quy mô kinh doanh và thị phần ngày càng phát triển và được mở rộng, VNPT địa bàn Bắc Giang ngày càng đầu tư nhiều cơ sở hạ tầng kỹ thuật hiện đại và phát triển dịch vụ đa dạng, mạng lưới cộng tác viên ngày càng rộng khắp trên địa bàn toàn tỉnh Bắc Giang. Tuy nhiên, trong giai đoạn phát triển mạnh như hiện nay thì VNPT địa bàn Bắc Giang lại càng phải đối mặt với nhiều nhà cung cấp dịch vụ ngay trên địa bàn tỉnh như: Viettel, Mobiphone... và đặc biệt là đại dịch covid 19 đã ảnh hưởng rất nhiều đến sự phát triển của VNPT địa bàn Bắc Giang nói riêng và tất cả các ngành nói chung. Chính vì vậy VNPT địa bàn Bắc Giang đang gặp rất nhiều khó khăn trong việc phát triển và duy trì các dịch vụ của mình. VNPT địa bàn Bắc Giang đang tìm kiếm những giải pháp mới để giữ vững và mở rộng thị phần dịch vụ Internet.

Đứng trước tình hình trên VNPT địa bàn Bắc Giang, đơn vị được Tập đoàn Bưu chính Viễn thông (VNPT) giao nhiệm vụ kinh doanh các dịch vụ trên địa bàn Bắc Giang và luôn đặt ra cho mình câu hỏi: Làm sao có thể giữ vững vị thế cạnh tranh, làm cách nào để giữ chân và phát triển khách hàng, làm sao để gia tăng thị phần? Đây là bài toán được đặt ra đối với dịch vụ internet trên địa bàn tỉnh. Vậy, để

tồn tại, phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh đối với dịch vụ Internet, VNPT địa bàn Bắc Giang cần phải xây dựng cho mình những chiến lược hợp lý, giải pháp phát triển dịch vụ lâu dài mới có thể cạnh tranh với sản phẩm của đối thủ...Trước tình hình đó, tác giả chọn đề tài “***Nâng cao chất lượng dịch vụ Internet VNPT trên địa bàn Bắc Giang***” để làm đề tài nghiên cứu nhằm đóng góp một phần ý tưởng nhỏ trong việc nâng cao chất lượng các dịch vụ Internet trên địa bàn tỉnh Bắc Giang trong thời gian tới.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Nghiên cứu dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang trong giai đoạn 2015 – 2020, định hướng phát triển dịch vụ Internet đến năm 2025.

Tình hình nghiên cứu có liên quan đến đề tài:

+> Luận văn tốt nghiệp, Nguyễn Thị Tú, Đại học Kinh Tế 2013. “Năng lực cạnh tranh dịch vụ Internet cáp quang Fiber VNN của VNPT Thừa Thiên Huế”. Luận văn đánh giá chất lượng và đưa ra các giải pháp thiên về thực tiễn tại địa phương.

+> Luận văn thạc sĩ, Nguyễn Thị Phương Linh, Đại học Đà Nẵng 2008. “Ứng dụng thang đo SERVPERF đánh giá chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại khu vực thành phố Đà Nẵng”. Luận văn nghiên cứu tập trung nhiều vào thuật toán, các giải pháp để khắc phục các vấn đề tồn tại còn hạn chế.

+> Luận văn thạc sĩ, Trần Quốc Hoàng, Đại học Bách khoa 2014. “Áp dụng mô hình SERVQUAL đánh giá chất lượng dịch vụ ADSL của viễn thông Quảng Ninh”. Luận văn đánh giá chất lượng ADSL truy cập internet, đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ADSL.

+> Luận văn thạc sĩ, Nguyễn Ngọc Nam, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông 2013. “Nghiên cứu một số giải pháp nâng cao chất lượng mạng di động 3G”. Luận văn phân tích rất rõ một số chỉ tiêu KPI của dịch vụ nhằm đưa ra các giải pháp để nâng cao chất lượng và vùng phủ của 3G.

+> Luận văn thạc sĩ, Nguyễn Việt Hùng, Đại học Bách Khoa 2014. “Phân tích và đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông của Viễn thông Phú Thọ” Luận văn đi sâu vào phân tích các dịch vụ chung, không đi sâu vào phân

tích cụ thể một dịch vụ nào trong khi mỗi loại dịch vụ thì đều có các tiêu chuẩn kỹ thuật riêng.

+> Luận văn thạc sĩ, Lê Anh Ngọc, Đại học Bách Khoa 2015. “Phân tích và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ của mạng viễn thông VNPT Hà Tĩnh”. Luận văn đi vào phân tích nhiều giải pháp mà không tập chung vào phân tích một số giải pháp cụ thể.

+> Luận văn thạc sĩ, Phan Ngọc Thành Nhân, Đại học Đà Nẵng 2014. “Nghiên cứu sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của công ty thông tin di động tại Kon Tum. Luận văn phân tích rõ ràng các yếu tố để nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp.

3. Mục đích nghiên cứu

Mục tiêu chung: Xây dựng những giải pháp nhằm phát triển dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang, điều đó phù hợp với điều kiện và mô hình kinh doanh thực tế của đơn vị và của Tập đoàn bưu chính viễn thông.

Nhiệm vụ và mục tiêu luận văn cần nghiên cứu:

- Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về dịch vụ viễn thông và phát triển dịch vụ Internet.
- Phân tích và đánh giá thực trạng phát triển hiện tại của dịch vụ Internet VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, nêu ra hạn chế và những nguyên nhân của hạn chế.
- Xây dựng ý tưởng giải pháp và đề xuất những ý kiến, kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang.

4. Đối tượng phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu của luận văn là hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang.

- Phạm vi nghiên cứu:

+ Thời gian dữ liệu của đề tài: Tổng hợp số liệu nghiên cứu từ năm 2017 đến hết năm 2020

+ Địa điểm nghiên cứu: Nghiên cứu tại VNPT địa bàn Bắc Giang

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn dùng nhiều phương pháp, ứng dụng để nghiên cứu luận văn. Để đạt được một kết quả tổng quát nhất về nội dung mà đề tài nghiên cứu thì bao gồm các phương pháp:

- Phương pháp 1: Thống kê, mô tả, phân tích, so sánh... các phương pháp được sử dụng để kiểm tra các số liệu sau khi thu thập được nhằm giải quyết các vấn đề cần thiết.

- Phương pháp 2: Thu thập dữ liệu, thông tin liên quan đến dịch vụ Internet, các thông tin về VNPT địa bàn Bắc Giang từ các số liệu thống kê báo cáo hàng năm, các báo cáo từ các phòng chức năng trong VNPT địa bàn Bắc Giang. Ngoài ra, tác giả còn tham khảo các tài liệu qua báo chí, các trang website liên quan trên mạng internet, các báo cáo từ Tập đoàn, Cục Thống kê, Bộ thông tin và truyền thông.

- Phương pháp sử dụng phiếu khảo sát đánh giá chất lượng dịch vụ, đối tượng khảo sát, số phiếu khảo sát dự kiến từ 50 đến 100 phiếu.

► Nguồn thông tin số liệu thứ cấp được thu thập phân tích tổng hợp số liệu từ các báo cáo tổng kết và triển khai kế hoạch định kỳ hàng năm, tài liệu được lưu trữ tại VNPT tỉnh Bắc Giang, các giáo trình, tài liệu, đề tài nghiên cứu khoa học, sách báo, tạp chí và nguồn thông tin trên mạng internet... Các số liệu thứ cấp được phân tích và so sánh rút ra thông tin cần thiết để chứng minh cho các vấn đề cần nghiên cứu.

► Nguồn thông tin số liệu sơ cấp được thu thập qua “phiếu khảo sát”. Trao đổi với một số lãnh đạo đơn vị và phân tích định tính, căn cứ vào mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu, tác giả xây dựng nội dung phiếu khảo sát theo các biến đo lường để thu thập những thông tin cần thiết chứng minh cho vấn đề cần nghiên cứu. Cơ cấu mẫu phiếu khảo sát được xây dựng phù hợp theo nội dung của vấn đề nghiên cứu. Các mẫu phiếu khảo sát được xây dựng với những câu hỏi thể hiện mức độ cảm nhận đánh giá của người sử dụng dịch vụ phù hợp với từng nội dung đánh giá về chất lượng Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang. Phiếu khảo sát được in và gửi trực tiếp đến các cá nhân đang sử dụng dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang. Số lượng phiếu

khảo sát được quản lý chặt chẽ. Thông tin sơ cấp được nhập, thống kê, xử lý số liệu trên máy tính bằng phần mềm Excel.

6. Kết cấu của đề tài

Gồm 3 chương chính đi phân tích về đề tài và 3 phần phụ là Mở đầu, Kết luận và tài liệu tham khảo:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và thực tế về chất lượng dịch vụ Internet.

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang.

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang.

Chương I. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ THỰC TẾ VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET

1.1 Tổng quan về chất lượng

1.1.1 Chất lượng và các đặc điểm của chất lượng

1.1.1.1 Định nghĩa

Chất lượng là việc các nhà cung cấp dịch vụ đáp ứng mức độ nhu cầu, sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ đó. Chất lượng dịch vụ là do khách hàng đánh giá và xác định, khi mà độ hài lòng của khách hàng với CLDV càng cao thì CLDV càng tốt.

Chất lượng dịch vụ chính là do khách hàng quyết định nên ở đây chất lượng chỉ mang tính chất chủ quan và phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: mức độ, nhu cầu sử dụng, sự mong chờ của khách hàng về dịch vụ. Mỗi dịch vụ sẽ có sự cảm nhận, chất lượng khác nhau.

Quan niệm của các nhà sản xuất thì chất lượng là sự đảm bảo đạt được và duy trì một tập hợp các tiêu chuẩn, quy định đã đặt ra trước đó. Quan niệm này cũng chưa quan tâm đầy đủ đến nhu cầu của người tiêu dùng.

Quan niệm xuất phát từ giá trị thì chất lượng được hiểu như là một thước đo giữa lợi ích thu được từ người tiêu dùng sản phẩm với chi phí phải bỏ ra để đạt được lợi ích đó. Với quan niệm này thì chất lượng sản phẩm luôn đặt trong mối quan hệ

chặt chẽ với giá cả. giá cả đương nhiên sẽ trở thành yếu tố quan trọng để đánh giá chất lượng một cách chuẩn mực nhất.

Khái niệm về chất lượng trên chỉ gắn liền với các đặc tính vốn có. Đặc tính vốn có của đối tượng được tồn tại dưới một dạng nào đó và nó sẽ thuộc về đối tượng đó, đặc biệt là các đặc tính gắn kết bền lâu không thể phá vỡ. Đặc tính vốn có được phân biệt với đặc tính được gán cho sản phẩm, cho quá trình hoặc cho hệ thống... Chất lượng mà đi cùng với các đặc tính vốn có thì được coi là chất lượng theo nghĩa hẹp. Vậy nên để thành công thì không được bỏ qua các yếu tố đã định sẵn cho sản phẩm. Ví dụ như giá cả, chất lượng của dịch vụ sau khi bán, vấn đề giao hàng đúng thời điểm với điều kiện thuận lợi cho khách hàng. Đó là những yếu tố mà khách hàng nào cũng quan tâm sau khi thấy sản phẩm, thấy dịch vụ mà họ mua và thỏa mãn nhu cầu của họ, có thể nói về khách hàng, nhất là các khách hàng tổ chức họ không chỉ mua sản phẩm mà họ còn mua cả hoạt động quản lý. Trong thời đại cạnh tranh gay gắt như hiện nay nhiều khi các yếu tố này lại đóng vai trò quan trọng trong sự thành bại của các nhà cung cấp dịch vụ.

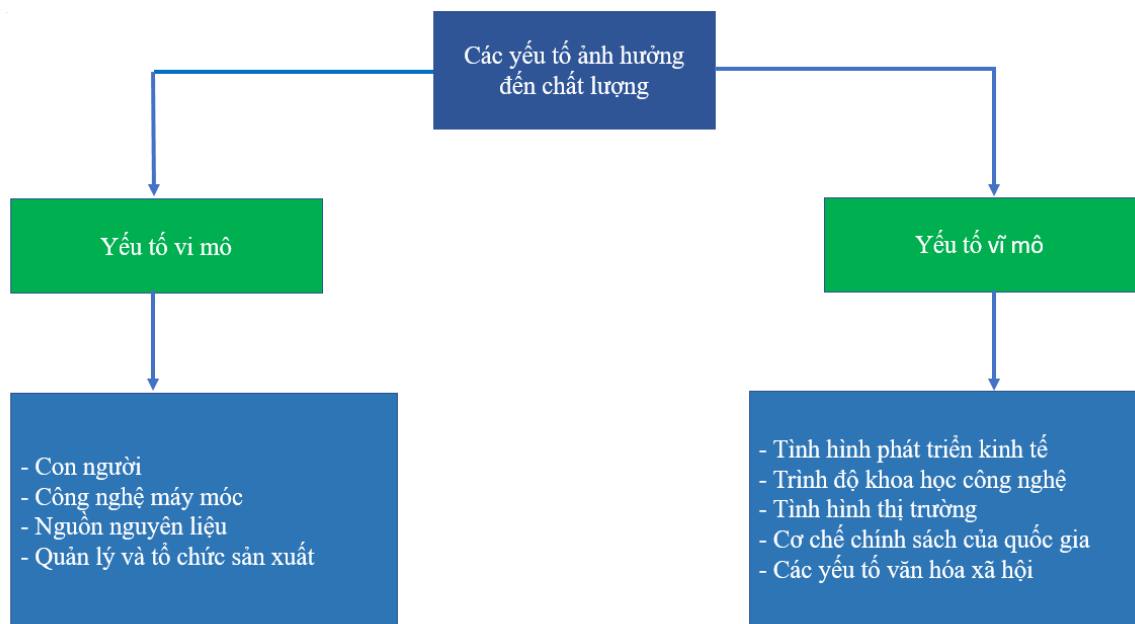
1.1.1.2 Đặc điểm của chất lượng

Chất lượng là một khái niệm tổng hợp bao gồm các yếu tố kinh tế, xã hội, công nghệ nghiên cứu liên quan đến các hoạt động trong quá trình sản xuất, tiêu thụ và sử dụng dịch vụ. Bao hàm trong chất lượng là một tập hợp thống nhất các yếu tố phản ánh, đòi hỏi thỏa mãn các yêu cầu về tiêu chí kinh tế đặc trưng phù hợp với môi trường xã hội và trình độ công nghệ phát triển kinh tế. Chất lượng còn đáp ứng nhu cầu về chức năng kỹ thuật của sản phẩm và những đòi hỏi về mặt xã hội và tâm lý của người tiêu dùng. Chất lượng sản phẩm còn có tính tương đối cả về mặt thời gian lẫn không gian, mối quan hệ chặt chẽ với điều kiện và môi trường kinh doanh, khả năng phát triển kinh tế xã hội, công nghệ trong từng thời kỳ phát triển, khu vực khi tham gia kinh doanh trên từng thị trường. Chất lượng còn là một phạm trù trừu tượng vừa có tính chủ quan vừa có tính khách quan, tính chủ quan phụ thuộc vào nhận thức khách hàng và năng lực thiết kế chế tạo sản phẩm. Các thuộc tính vốn có trong từng sản phẩm cụ thể đã thể hiện được tính khách quan của chúng.

Chất lượng sản phẩm được thể hiện đúng khi điều kiện tiêu dùng tương ứng với mục đích sử dụng. Một sản phẩm có chất lượng tốt khi sử dụng đúng mục đích, đúng cách và bảo quản theo đúng hướng dẫn, quy định của nhà sản xuất.

1.1.2 Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng của sản phẩm

Chất lượng sản phẩm được hình thành trong khi doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, từ khâu thiết kế sản phẩm đến tổ chức mua nguyên vật liệu, sản xuất, đưa ra sản phẩm và đến tay người tiêu dùng. Chất lượng là thành quả của rất nhiều yếu tố có liên quan chặt chẽ, mật thiết với nhau. Muốn chất lượng sản phẩm tốt thì cần phải quản lý một cách nguyên tắc về các yếu tố này. Chất lượng của sản phẩm chịu ảnh hưởng đồng thời bởi các yếu tố bên trong (yếu tố vi mô) và cả các yếu tố bên ngoài tổ chức (yếu tố vĩ mô) như **hình 1.1**



Hình 1. 1: Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng

(Nguồn: Nguyễn Đình Phan 2010)

- Nhóm các yếu tố bên ngoài (vĩ mô):
 - Các yếu tố văn hóa xã hội.
 - Các cơ chế chính sách quốc gia
 - Trình độ khoa học công nghệ.
 - Tình hình thị trường.

- Nhóm các yếu tố bên trong (vi mô):
 - Nhận sự.
 - Thiết bị máy móc, công nghệ doanh nghiệp.
 - Nguồn nguyên liệu và hệ thống cung ứng.
 - Tổ chức quản lý và năng lực sản xuất của doanh nghiệp.

1.2 Tổng quan về chất lượng dịch vụ

Khái niệm tổng quát về CLDV nó bao gồm sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Tuy vậy đối với lĩnh vực cung cấp dịch vụ, chúng ta cần phân biệt và xác định rõ ràng những đặc điểm liên quan đến CLDV. Khi xã hội ngày càng phát triển, thu nhập của mỗi người càng tăng lên thì nhu cầu đối với dịch vụ ngày càng được nâng cao và đa dạng. Vị trí của dịch vụ ngày càng quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Vì vậy nâng cao chất lượng dịch vụ trở thành vấn đề quan trọng và cấp thiết trong tình hình hiện nay.

1.2.1 Khái niệm về dịch vụ

Dịch vụ là khái niệm phổ biến và quen thuộc nên nó có rất nhiều cách hiểu khác nhau. Theo quan điểm truyền thống những gì không phải nuôi trồng, không phải sản xuất thì là dịch vụ, dịch vụ bao gồm các lĩnh vực hoạt động như:

- Khách sạn, quán ăn, hiệu sửa chữa, bảo hành.
- Tài chính ngân hàng.
- Chăn sóc sức khỏe, bảo hiểm.
- Tư vấn về giáo dục, đào tạo.
- Giao thông vận tải, các phương tiện công cộng: viễn thông, bưu chính, điện, nước.
- Giải trí phim ảnh, bảo tàng, du lịch.

Theo ý hiểu khách quan thì dịch vụ là hoạt động mà sản phẩm của nó là vô hình, nó giải quyết các mối quan hệ với khách hàng hoặc với tài sản hoặc sản phẩm do khách hàng sở hữu, vì vậy dịch vụ là một sản phẩm vô hình. Khách hàng chỉ có thể đánh giá được chất lượng của dịch vụ này khi đã mua và sử dụng chúng. Theo

cách hiểu khác thì dịch vụ là một hoạt động xã hội mà hoạt động này xảy ra trong mối quan hệ trực tiếp giữa khách hàng và đơn vị cung cấp dịch vụ.

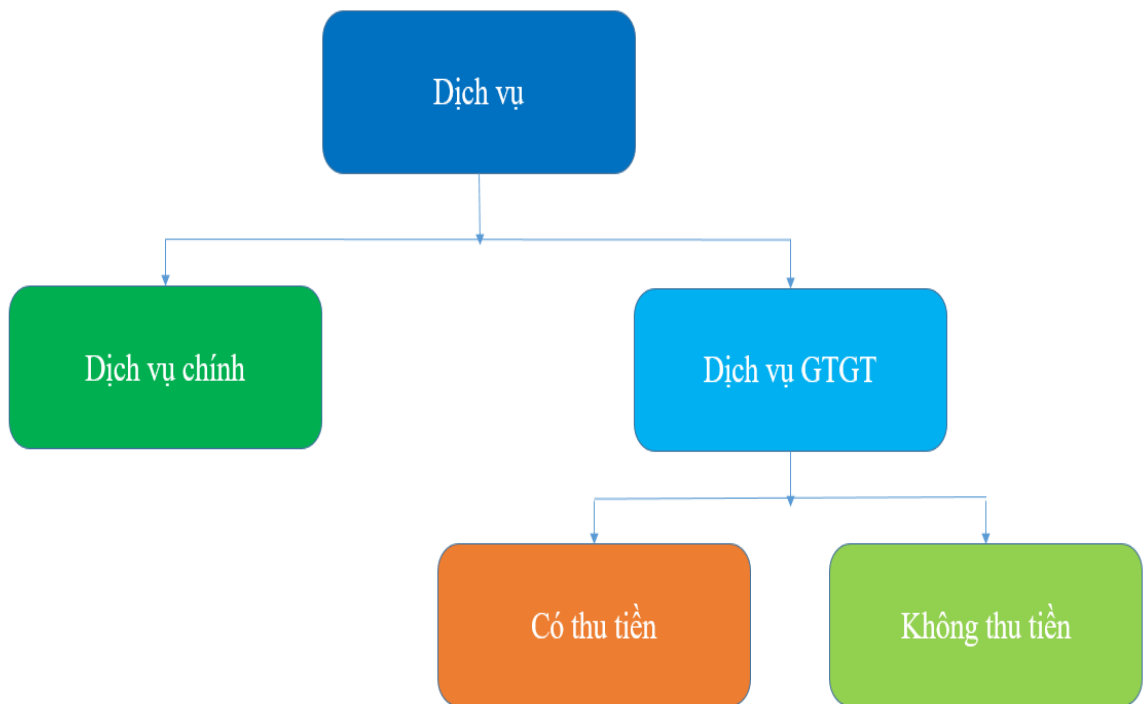
Theo Philip Kotler và Gary Armstrong năm 2004, thì dịch vụ được cho là các hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ hợp tác lâu dài giữa nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng.

Để hiểu rõ, sâu hơn về dịch vụ, chúng ta cần tìm hiểu sâu hơn về vấn đề liên quan đến sản xuất và cung ứng dịch vụ:

Dịch vụ chính (core service): là hoạt động tạo ra giá trị lợi ích cốt lõi của người tiêu dùng, đó là mục tiêu tìm kiếm của người mua.

Dịch vụ giá trị gia tăng (value – added service) hay còn gọi là dịch vụ hỗ trợ. Là dịch vụ hỗ trợ nhằm tăng thêm mức độ thỏa mãn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ chính. Dịch vụ giá trị gia tăng gồm hai loại dịch vụ là dịch vụ GTGT có thu tiền và dịch vụ GTGT không thu tiền. Vậy dịch vụ GTGT là dịch vụ hoạt động làm nâng cao giá trị của dịch vụ chính.

Dịch vụ tổng thể là sự kết hợp giữa dịch vụ chính và dịch vụ GTGT, cùng với sự phát triển của xã hội hiện nay thì tỷ trọng của dịch vụ GTGT trong dịch vụ tổng thể ngày càng tăng.



Hình 1. 2: Dịch vụ tổng thể

(Nguồn: Nguyễn Đình Phan 2012)

Khi nhìn vào **Hình 1.2**, chúng ta thấy rằng để cạnh tranh thành công và giành thắng lợi trên thị trường so với đối thủ, các doanh nghiệp cần phải tập chung phát triển dịch vụ GTGT không thu tiền và nó sẽ trở thành vũ khí sắc bén để cạnh tranh trên thị trường đối với các doanh nghiệp.

Với vai trò đặc biệt quan trọng này nhưng các doanh nghiệp trong nước vẫn còn ít chú trọng đến việc phát triển dịch vụ GTGT. Điều này khẳng định một phần là do các doanh nghiệp chưa hiểu được tầm quan trọng của dịch vụ GTGT.

Khách hàng đang nhận dịch vụ. Đây là một trong những yếu tố căn bản và tuyệt đối cần thiết để có dịch vụ. Không có khách hàng, không có dịch vụ.

Cơ sở vật chất bao gồm địa điểm, thiết bị, phương tiện, khung cảnh...

Nhân viên phục vụ hoạt động của dịch vụ. Với thời đại công nghệ 4.0 thì có một số dịch vụ không cần nhân viên phục vụ mà tổ chức cung ứng dịch vụ thực hiện cung cấp dịch vụ cho khách hàng thông qua hệ thống máy móc, dịch vụ đó còn được gọi là Self Service. Ví dụ như hệ thống trả lời thông tin tự động, hệ thống rút tiền tự động...

1.2.2 Các đặc điểm của dịch vụ

Các đặc điểm của dịch vụ khác với hàng hóa thông thường.

Tính vô hình của dịch vụ: được định nghĩa như một thứ gì đó mà không thể chạm thấy hoặc nghe hay nếm được như những thứ hàng hóa khác. Tính vô hình như một sự khác biệt quan trọng nhất để phân biệt với các loại hàng hóa và dịch vụ khác. Do tính vô hình đặc thù này của dịch vụ mà doanh nghiệp khó có thể xác định được sự nhận thức của khách hàng về dịch vụ, cũng như đánh giá của họ về CLDV như thế nào.

Đặc điểm này thường làm cho người tiêu dùng có cảm giác không chắc chắn khi mua và sử dụng dịch vụ. Khách hàng thật ra cũng không biết mình nhận được gì cho đến khi họ bỏ tiền ra mua và sử dụng dịch vụ. Để đảm bảo chắc chắn người tiêu dùng sẽ tìm kiếm các bằng chứng về chất lượng dịch vụ đó. Họ sẽ suy diễn về CLDV từ địa điểm, trang thiết bị, con người, thông tin biểu tượng, giá cả mà người tiêu dùng cảm nhận được.

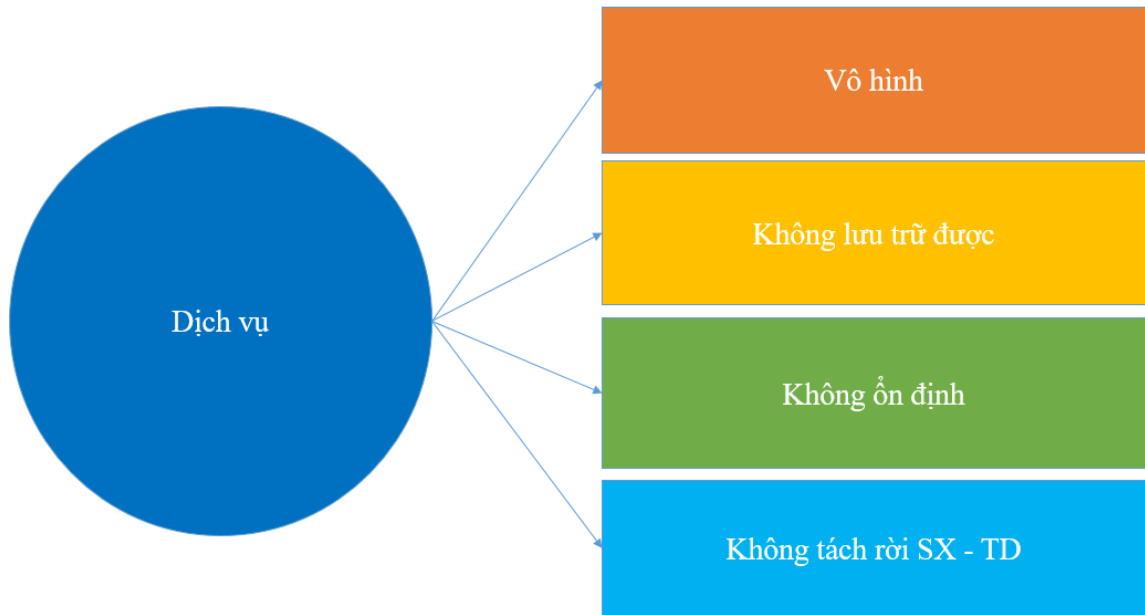
Tính không tách rời giữa sản xuất và tiêu dùng dịch vụ: Dịch vụ thường được sản xuất và tiêu dùng cùng thời điểm, quá trình sản xuất dịch vụ gắn liền với tiêu dùng dịch vụ. Người tiêu dùng dịch vụ cũng tham gia vào quá trình hoạt động sản xuất và cung cấp dịch vụ cho chính mình, vì thế khách hàng có ảnh hưởng trực tiếp đến việc thực hiện dịch vụ, đồng thời cũng có tác động qua lại lẫn nhau. Nhân viên có vai trò rất lớn đến kết quả của dịch vụ nên việc phân quyền là không thể thiếu trong việc thực hiện và sản xuất dịch vụ.

Đối với những dịch vụ có lực lượng lao động cao, thì chất lượng xảy ra trong quá trình chuyển giao chất lượng dịch vụ được thể hiện trong quá trình trao đổi, sử dụng dịch vụ giữa khách hàng và nhân viên của đơn vị cung cấp dịch vụ cho mình, với những dịch vụ cần thiết đòi hỏi phải có sự tham gia ý kiến của người tiêu dùng như khám chữa bệnh, hàng tiêu dùng lương thực thực phẩm... Thì công ty phải thực hiện việc kiểm soát, quản lý chất lượng vì người tiêu dùng ảnh hưởng và liên quan trực tiếp đến quá trình này. Ý kiến của khách hàng sẽ trở lên quan trọng đối với chất lượng của hoạt động dịch vụ.

Tính không lưu trữ: dịch vụ không thể để tồn kho, cất trữ và không thể vận chuyển từ khu vực này sang khu vực khác. Dịch vụ có đặc điểm như vậy nên việc sản xuất và tiêu dùng có thể bị giới hạn bởi thời gian và nó cũng làm mất cân đối mối quan hệ cung và cầu trong một thời gian cục bộ giữa các thời điểm khác nhau có thể trong một ngày hay một tuần hoặc một tháng hoặc lâu hơn nữa tùy theo mỗi sản phẩm.

Tính không ổn định của dịch vụ: Tính không ổn định được thể hiện ở việc thay đổi trong quá trình thực hiện dịch vụ và khó có thể tiêu chuẩn hóa được các dịch vụ khác, CLDV cũng có thể thay đổi theo địa điểm và người cung cấp, từng khách hàng và theo từng thời gian khác nhau (OrBien and Dean, 1996). Khác với hàng hóa có đặc điểm tiêu chuẩn hóa được, dịch vụ thường không lặp lại cùng cách, khó tiêu chuẩn hóa. Thành công của dịch vụ và độ thỏa mãn của khách hàng phụ thuộc nhiều vào hành động, thái độ phục vụ khách hàng của nhân viên. CLDV phụ thuộc vào nhiều yếu tố khó có thể kiểm soát như: người thực hiện nhiệm vụ, thời gian và địa điểm thực hiện dịch vụ sẽ tạo ra những dịch vụ không giống nhau. Bên cạnh đó khách hàng cũng chính là người quyết định chính về CLDV dựa và cảm nhận của họ, dịch vụ thường được cá nhân hóa thực hiện và thoát ly khỏi những quy chế. Điều này là lý do chính làm cho dịch vụ tăng tính không ổn định của nó.

Các đặc điểm trên được minh họa thể hiện trong **Hình 1.3**



Hình 1. 3: Minh họa các đặc điểm của dịch vụ

(Nguồn: Lưu Văn NghiêM 2001)

1.2.3 Chất lượng dịch vụ

Chất lượng của các dịch vụ đã từ lâu là mối quan tâm lớn của rất nhiều người. CLDV khó xác định và cũng chưa có chiến lược quản lý hiệu quả, vấn đề nhận thức, kiểm tra kiểm soát chất lượng trong dịch vụ là một vấn đề lớn đặt ra đối với các nhà nghiên cứu. Chất lượng thực tế và các yếu tố chi phối nó hiện nay chưa lượng hóa được. Tầm quan trọng của CLDV đối với các doanh nghiệp và khách hàng có sự khác nhau rất lớn. CLDV chi phối rất lớn đến việc tăng thị phần, tăng khả năng thu hồi vốn đầu tư, tăng năng xuất lao động, hạ thấp chi phí sản xuất và sau cùng là tăng lợi nhuận. Đây là những lợi ích có tính chiến lược lâu dài đối với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ. Chúng ta không thể sử dụng phương pháp kiểm tra, kiểm soát và quản trị chất lượng của hàng hóa để áp dụng cho dịch vụ, vì những đặc tính của nó chi phối quá trình hình thành và vận động chất lượng.

Chất lượng của sản phẩm hữu hình, CLDV là một phạm trù khá trừu tượng. CLDV là một khái niệm gây nhiều chú ý và tranh luận trong các tài liệu nghiên cứu, vì các nhà nghiên cứu gặp nhiều khó khăn trong việc định nghĩa chất lượng và đo

lượng chúng mà không hề có sự thống nhất nào. Tuy vậy, hiện nay có rất nhiều cách và phương pháp tiếp cận về chất lượng dịch vụ.

Theo ISO 8402 thì CLDV là tập hợp các đặc tính của một số đối tượng, tạo cho chúng có khả năng thỏa mãn những yêu cầu đã nêu ra hoặc còn tiềm ẩn.

Theo Gronroos (1984) định nghĩa rằng CLDV được nhận thức như là kết quả của một quá trình đánh giá khi khách hàng so sánh giữa sự mong đợi của họ với dịch vụ mà họ thực sự nhận được.

Parasuraman, Zeithaml và Berry 1985 cũng có cùng quan điểm này khi cho rằng CLDV là một hình thức của thái độ và có liên quan nhưng không tương đồng với sự hài lòng của khách hàng, là kết quả so sánh giữa sự mong đợi của khách hàng với dịch vụ mà họ nhận được khi tiêu dùng chúng.

Như vậy chúng ta có thể hiểu:

Chất lượng = Cảm nhận - Kỳ vọng

(Quality = Perception - Expectation)

Sự mong đợi là sự khao khát, ước muốn của khách hàng về dịch vụ, như khách hàng thường cảm thấy rằng nhà cung cấp dịch vụ nên cung cấp cái gì đó tốt hơn những cái gì mà họ cung cấp. Sự mong đợi của người tiêu dùng được hình thành trên cơ sở nhu cầu của họ về hàng hóa, dịch vụ. Từ kinh nghiệm mua hàng hóa trong quá khứ và các thông tin mà họ nhận được từ bên ngoài qua người bán hàng, bạn bè, các hoạt động truyền thông của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ.

Cronin và Taylor (năm 1992) chỉ ra khái niệm về CLDV như một khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và kết quả họ nhận được về dịch vụ là không thích hợp. Họ đưa ra những điểm nhằm lần có liên quan đến mối quan hệ giữa CLDV và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ. Vì khái niệm về sự hài lòng của khách hàng được định nghĩa như một khoảng cách giữa sự mong đợi và kết quả hay là sự không tương đồng với kết quả.

Để làm rõ vấn đề này, chúng ta cần phân biệt sự khác nhau giữa CLDV và sự hài lòng của khách hàng: Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry 1985 thì CLDV được nhận thức là một sự đánh giá tổng thể hoặc thái độ có liên quan đến đặc tính của dịch

vụ. Trong đó sự hài lòng thì liên quan đến một sự giao dịch đặc thù nào đó. CLDV và sự hài lòng có mối quan hệ lẫn nhau, CLDV tạo ra sự hài lòng nhưng không suy diễn ngược lại được. Sự hài lòng của khách hàng còn có nhiều yếu tố ảnh hưởng tới như: chất lượng sản phẩm, giá cả, nhân tố tình huống, nhân tố cá nhân... Vì vậy đối với dịch vụ thì chưa thể đưa ra bất kỳ kết luận nào chắc chắn rằng dịch vụ đó có chất lượng cao. Sự hài lòng của khách hàng chỉ mang tính tạm thời trong thời gian ngắn. Trong khi khách hàng đòi hỏi phải có CLDV tốt hơn.

Khái niệm về sự hài lòng của khách hàng trong lý thuyết về CLDV và lý thuyết về sự hài lòng của khách hàng cũng có sự khác biệt: về lý thuyết sự hài lòng về sự mong đợi được xem như là những dự đoán của khách hàng về những gì đó có thể xảy ra trong trao đổi hay giao dịch trong tương lai. Lý thuyết về CLDV thì sự mong đợi của người tiêu dùng là những khao khát, mong muốn...

1.2.4 Phát triển về thương hiệu

Trước tiên chúng ta cần hiểu thế nào là thương hiệu, có nhiều định nghĩa khác nhau về thương hiệu. Để hiểu một cách đơn giản về thương hiệu thì thương hiệu chính là khái niệm của người tiêu dùng đối với sản phẩm thông qua các thông tin như tên nhà sản xuất được gắn trên các sản phẩm hay trên hàng hóa mục đích để khẳng định chất lượng và xuất xứ của sản phẩm, ngoài ra nó còn gắn liền với quyền sở hữu của nhà sản xuất và được ủy quyền cho người đại diện.

Thương hiệu không chỉ là tài sản có giá trị lớn nhất mà nó còn đại diện cho cả doanh nghiệp, là danh tiếng và sự ảnh hưởng của doanh nghiệp đối với khách hàng. Việc phát triển thương hiệu đúng đắn là điều vô cùng cấp bách và cần thiết mà các doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư, phát triển nó.

Thương hiệu làm cho doanh nghiệp gia tăng giá trị sản phẩm, gia tăng lợi nhuận nên cần xây dựng hình ảnh thương hiệu tốt giúp tạo sự tin tưởng của người tiêu dùng, tạo sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh trên thị trường cũng như các đối thủ khác, dễ dàng thu hút sự đầu tư của đối tác và thị trường quốc tế

Để phát triển thương hiệu không phải là chuyện ngày một ngày hai mà nó cần quá trình xây dựng chiến lược phát triển phù hợp, sau đây là một số ý tưởng xây dựng và phát triển thương hiệu VNPT:

Xây dựng và nâng cao hệ thống nhận diện thương hiệu VNPT Bắc Giang nói riêng và tập đoàn Bru chính viễn thông nói chung.

Về phương pháp cải tiến, tăng cường hoạt động quảng cáo khuyến mại nhằm mục đích mang lại hiệu quả cao nhất.

Đối với hoạt động quảng cáo, phải phân biệt rõ các mục tiêu phát triển dịch vụ; giới thiệu hình ảnh của đơn vị, giới thiệu dịch vụ... để xây dựng nội dung, hình thức quảng cáo phù hợp.

Ngoài các hình thức quảng cáo truyền thống trên các phương tiện thông tin đại chúng thì ta cần tăng cường các video, clip quảng cáo sinh động để quảng cáo, tài trợ các chương trình giải trí trên truyền hình, nhất là các dịch vụ giá trị gia tăng mới đang có sự cạnh tranh gay gắt.

Sử dụng tất cả các công cụ, phương tiện hiện tại của Tập đoàn để quảng cáo sản phẩm như các cột anten, các trạm BTS, các điểm giao dịch, phương tiện vận chuyển, đồng phục của nhân viên địa bàn, nhân viên giao dịch.

Các hoạt động tiếp thị

Tổ chức các dịch vụ hậu đãi: Thực hiện chương trình đến từng nhà khách hàng sử dụng dịch vụ của chúng ta để bảo dưỡng, thay thế dây, hộp đấu dây bị hư hỏng...

Đối với công tác khuyến mại thì cần tăng cường tới các khu vực đã tối ưu hóa hệ thống và có sự cạnh tranh gay gắt để thu hút khách hàng. Nội dung của đợt khuyến mãi khuyến mại phải được xây dựng phù hợp với nhu cầu và sở thích của khách hàng.

Tổ chức lấy ý kiến khách hàng, thăm dò khách hàng về các hoạt động quảng cáo, khuyến mại của đơn vị thông qua các phiếu điều tra. Sau mỗi đợt quảng cáo cần đánh giá để xác định hiệu quả thực hiện và từ đó rút ra những kinh nghiệm cho các đợt sau.

Tăng cường đào tạo chất lượng đội ngũ công chúng để đảm bảo các hoạt động của Tập đoàn trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Sử dụng thống nhất hình ảnh của VNPT trên các ấn chỉ, văn bản, các tài sản, các hợp đồng kinh tế...

Tiếp tục phát triển và hoàn thiện Website của VNPT địa bàn Bắc Giang để khách hàng có thể truy cập và cập nhật thông tin một cách nhanh chóng, chính xác...

Đảm bảo thực hiện tốt tiêu chuẩn của các điểm giao dịch trên địa bàn để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, bố trí, trưng bày hiệu quả không gian quầy giao dịch để mang đến cho khách hàng một không khí thân thiện nhất khi thực hiện giao dịch, điều đó sẽ gây cho khách hàng ấn tượng tốt về VNPT địa bàn Bắc Giang, và sẽ làm tăng khả năng giữ khách hàng sẽ tốt hơn và điều đó sẽ gây cho khách hàng một ấn tượng sâu sắc và sẽ còn quay lại giao dịch những lần sau nữa. Tạo ấn tượng tốt về hình ảnh một VNPT luôn năng động trẻ chung nhiệt huyết trong tâm trí khách hàng.

1.3 Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ và dịch vụ internet

1.3.1 Mô hình SERVPERE

Cronin và Taylor 1992 với mô hình SERVPERE, mô hình này cho rằng mức độ cảm nhận của khách hàng đối với sự thực hiện dịch vụ của doanh nghiệp phản ánh tốt CLDV. Theo mô hình này thì:

Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận

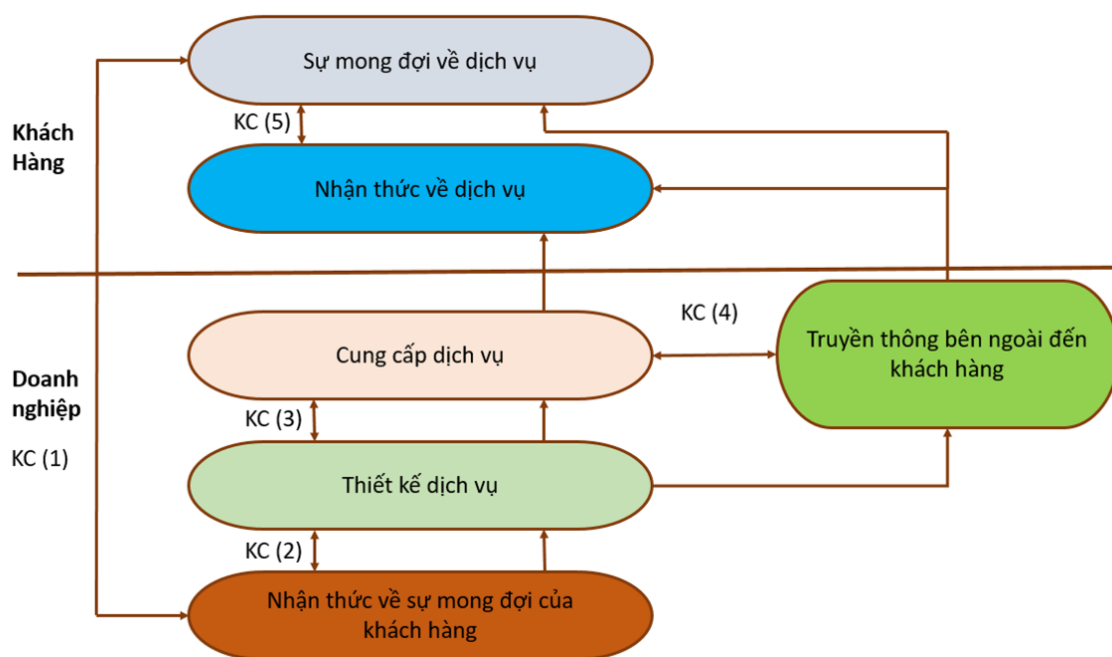
Sau nhiều nghiên cứu kiểm định cũng như ứng dụng SERVQUAL được thừa nhận như một thang đo có giá trị cả về lý thuyết và thực tế. Tuy nhiên thì thủ tục đo lường khá dài dòng. Vậy nên đã xuất hiện một biến thể của SERVQUAL là SERVPERE. Lời nhận xét và phê bình mạnh mẽ nhất về thang đo SERVQUAL là Cronin và Taylor 1992 đã cho rằng lỗ hổng trong lý thuyết của Parasuraman, Zeithaml và Berry 1985 về CLDV được hỗ trợ bởi bằng chứng lý thuyết và thực nghiệm, Cronin và Taylor 1992 đã phát triển thang đo lường CLDV được gọi là SERVPERE.

Thang đo này được Cronin và Taylor 1992 (dẫn theo Thongsamak, 2001) giới thiệu, xác định CLDV bằng cách chỉ đo lường CLDV cảm nhận (thay vì đo cả chất lượng cảm nhận lẫn kỳ vọng như SERVQUAL). Hai ông cho rằng CLDV được phản ánh tốt nhất bởi chất lượng cảm nhận mà không có chất lượng kỳ vọng cũng như đánh giá trọng số 5 thành phần.

Do có nền tảng từ thang đo SERVQUAL nên các thành phần và biến quan sát của thang đo SERVPERE này giữ nguyên như SERVQUAL. Mô hình này được gọi là mô hình cảm nhận (Perception model).

1.3.2 Mô hình SERVQUAL

Parasuraman, Zeithaml và Berry 1985 là hững người tiên phong hàng đầu trong việc nghiên cứu CLDV và đưa ra một mô hình khá hoàn thiện, có tính khả thi cao để đo lường CLDV. Các tác giả này đã đưa ra mô hình 5 khoảng cách và 5 thành phần của CLDV, gọi tắt là SERVQUAL. SERVQUAL là thang đo hoàn chỉnh về CLDV, nó có giá trị và độ tin cậy có thể ứng dụng được cho mọi loại hình dịch vụ khác nhau. Tuy nhiên mỗi ngành dịch vụ đều có những đặc thù riêng của họ, các nhà nghiên cứu khác nhau đã khẳng định thang đo này với nhiều loại hình dịch vụ tại nhiều quốc gia khác nhau. Đối với mô hình này có 5 khoảng cách chi phối cung ứng cho khách hàng được thể hiện qua **hình 1.4** như sau:



Hình 1. 4: Mô hình chất lượng của Parasuraman, Zeithaml và Berry

(Nguồn Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L 1985)

Khoảng cách 1: Là sự mong đợi của khách hàng và khoảng nhận thức của nhà quản lý dịch vụ. Nếu khoảng cách này lớn tức là nhà quản lý dịch vụ chưa thực sự nắm được khách hàng mong đợi gì. Để hiểu một cách chính xác về khách hàng mong

đợi gì thì điều đầu tiên nhà quản lý cần thực hiện là đảm bảo tập chung vào thị trường, các quy định quản lý thích hợp, thái độ phục vụ và chăm sóc khách hàng và đảm bảo chất lượng tốt cho dịch vụ.

Khoảng cách 2: Là sự nhận thức của đơn vị cung cấp dịch vụ về những điều mà khách hàng mong đợi, đơn vị cung cấp dịch vụ có thể chuyển điều đó thành tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng dịch vụ của mình. Trong nhiều trường hợp, doanh nghiệp có thể cảm nhận đúng về sự mong đợi của khách hàng, nhưng không phải lúc nào doanh nghiệp cũng có thể chuyển đổi những mong đợi thành tiêu chí cụ thể về chất lượng và chuyển giao chúng theo đúng mong đợi của khách hàng. Các tác nhân chi phối này gồm:

- Một là nguyên nhân về nguồn nhân lực.
- Hai là nguyên nhân về thị trường.
- Ba là nguyên nhân thuộc về nhà quản lý.

Khoảng cách 3: Là đặc điểm của dịch vụ mà nhà cung cấp dịch vụ cung cấp cho người tiêu dùng và quá trình cung cấp sản phẩm, dịch vụ đó. Đặc điểm này sẽ xuất hiện khi nhân viên giao dịch không hoặc đã chuyển giao sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng nhưng không tuân thủ theo các tiêu chí đã đề xuất. Trong dịch vụ, các nhân viên có liên quan trực tiếp với khách hàng đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình tạo ra chất lượng. Nhưng không phải lúc nào và bất cứ lúc nào nhân viên có thể hoàn thành nhiệm vụ theo các tiêu chí được giao. Các mục tiêu, tiêu chí có sẵn nhưng nhân viên phục vụ hoặc các thiết bị phục vụ, điều kiện phục vụ không đáp ứng được nhu cầu dịch vụ của khách hàng.

Khoảng cách 4: Là khoảng cách trong quá trình chuyển giao dịch vụ và thực hiện cam kết các tiêu chí chất lượng cho khách hàng thông qua các phương tiện giao tiếp truyền thông bên ngoài. Phương pháp quảng cáo và thông tin cũng tác động vào kỳ vọng của khách hàng về CLDV. Các hứa hẹn trong quảng cáo truyền thông, khuyến mại có thể làm gia tăng kỳ vọng của khách hàng cũng như làm giảm bớt chất lượng mà khách hàng cảm nhận được khi chúng không thực hiện đúng như đã hứa.

Khoảng cách 5: Là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ và nhận thức của họ về kết quả sau khi sử dụng dịch vụ. Khoảng cách này xuất hiện do sự chênh lệch mà khách hàng cảm thấy giữa mức chất lượng mà họ chờ đợi so với chất lượng mà họ cảm nhận khi sử dụng dịch vụ. Vấn đề mấu chốt đảm bảo chất lượng dịch vụ là giá trị khách hàng cảm nhận được trong hoạt động chuyển giao phải đạt được hoặc vượt quá những gì mà khách hàng mong đợi.

Theo mô hình này cho rằng, CLDV là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và kết quả nhận thức thực sự của họ sau khi sử dụng dịch vụ.

Parasuraman và các cộng sự của ông cho rằng CLDV là hàm số của khoảng cách thứ 5. Khoảng cách này sẽ phụ thuộc vào 4 khoảng cách trước nó. Để rút ngắn khoảng cách thứ 5 và gia tăng CLDV, các nhà quản trị dịch vụ phải nỗ lực rút ngắn khoảng cách này. Mô hình CLDV được các nhà nghiên cứu thể hiện như sau:

$$CLDV = F(KC_5 = f(KC_1, KC_2, KC_3, KC_4))$$

Để thực hiện một loạt các hành động để đo lường sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ sau khi sử dụng sản phẩm, tổng hợp lại kết quả, thống kê xem sản phẩm có đáp ứng được sự mong đợi của họ hay không.

Mô hình đo lường CLDV theo lý thuyết về sự bất xứng trong sự mong đợi của khách hàng do Parasuraman và các cộng sự đề xướng năm 1985 thì CLDV gồm 10 thành phần mà khách hàng sử dụng để hình thành sự mong đợi của mình về dịch vụ, cũng như đánh giá nhận thức của họ về CLDV sau khi họ tiêu dùng. 10 yếu tố thành phần của CLDV là:

Độ tin cậy (Reliability): Nói lên khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng hạn ngay lần đầu tiên, thực hiện những gì đã hứa chính xác, trung thực.

Độ đáp ứng của nhân viên (Responsiveness): Thể hiện sự nhiệt tình, sẵn sàng phục vụ, cung cấp các dịch vụ cho khách hàng

Năng lực phục vụ (Competence): Nói lên trình độ chuyên môn để thực hiện dịch vụ. Năng lực phục vụ của nhân viên biểu hiện khi tiếp xúc với khách hàng, nhân viên sẽ trực tiếp thao tác và thực hiện sử dụng dịch vụ, tích cực học hỏi, nghiên cứu để nắm vững thông tin liên quan đến dịch vụ để cho phục vụ khách hàng khi cần thiết.

Tiếp cận (Accessibility): Liên quan đến việc tạo mọi điều kiện dễ dàng cho khách hàng trong rút việc tiếp cận với dịch vụ như rút ngắn thời gian chờ đợi của khách hàng, địa điểm phục vụ cho khách hàng.

Lịch sự (Counrtesy): Thể hiện tính cách, năng lực phục vụ của cán bộ công nhân viên đối với khách hàng.

Thông tin (Communication): Là hành động mà nhân viên cần truyền đạt đến khách hàng một cách ngắn gọn, xúc tích dễ hiểu như giới thiệu về dịch vụ, chi phí liên quan đến dịch vụ, giải đáp những vấn đề mà khách hàng chưa hiểu.

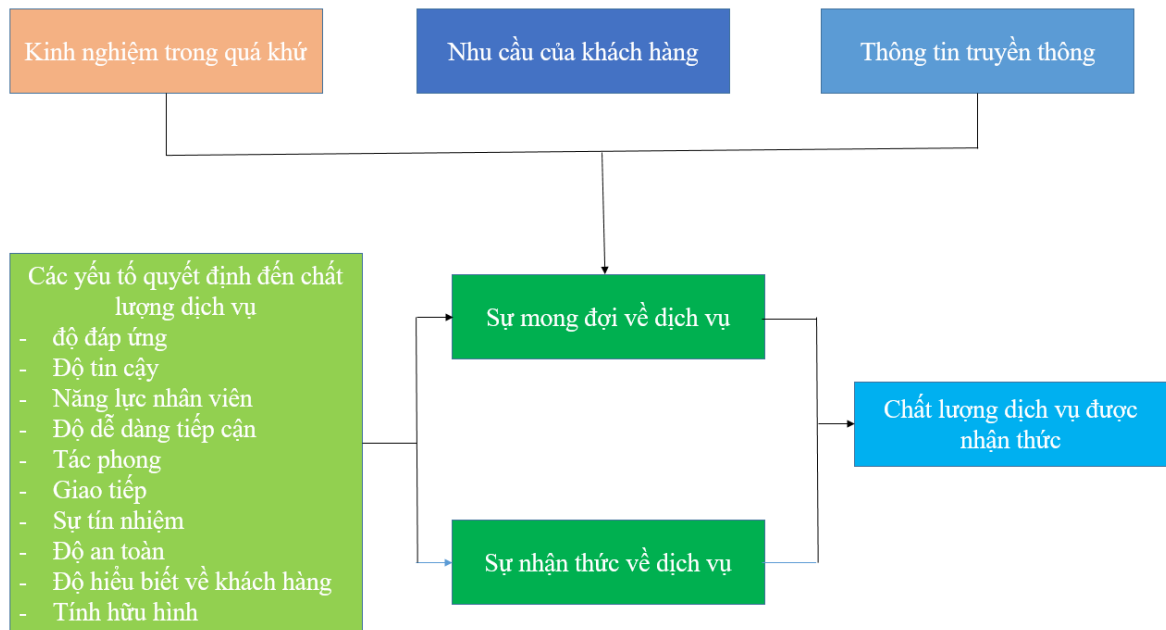
Tín nhiệm (Credibility): Là khả năng tạo lòng tin và sự tôn trọng đối với khách hàng, làm cho khách hàng tin cậy vào doanh nghiệp. Khả năng này thể hiện qua tên tuổi và thương hiệu của doanh nghiệp, nhân cách của nhân viên dịch vụ giao tiếp trực tiếp với khách hàng.

An toàn (Security): Làm cho khách hàng có cảm giác thoải mái và an toàn nhất khi đến thực hiện giao dịch tại doanh nghiệp, nó được thể hiện qua sự bảo mật về thông tin cũng như tài chính của khách hàng khi giao dịch và liên kết với doanh nghiệp.

Hiểu biết khách hàng (understanding/know the customer): Là khả năng nắm bắt được nhu cầu của khách hàng thông qua việc tìm hiểu những thông tin ý kiến đề xuất của khách hàng, thường xuyên quan tâm chăm sóc khách hàng để biết được nhu cầu của khách hàng để phục vụ khách hàng được tốt hơn.

Phương tiện hữu hình (Tangibles): Thể hiện qua sự trang trí bày đặt nơi làm việc, logo, bảng biển, biển hiệu của các cửa hàng, thể hiện qua nhân viên, trang phục, khi nhìn vào khách hàng nhận ra ngay là nhân viên của VNPT.

Mười yếu tố nêu trên tác động tới chất lượng dịch vụ như **Hình 1.5**



Hình 1. 5: Các yếu tố quyết định đến chất lượng dịch vụ

(Nguồn Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L 1985)

Mô hình mười thành phần CLDV nêu trên có một ưu điểm là bao quát hầu hết được mọi khía cạnh của một dịch vụ. Tuy nhiên mô hình có nhược điểm phức tạp trong đo lường, cao hơn nữa mô hình này mang tính lý thuyết, có thể có nhiều thành phần của mô hình không đạt giá trị phân biệt. Kết quả ở đây cho thấy các thành phần của CLDVC không thống nhất với nhau ở ngành dịch vụ và từng thị trường khác nhau. Trong các nghiên cứu sau đó, Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988, 1991, 1993) đã điều chỉnh lại và đưa ra một bảng liệt kê đặc trưng hơn về các khía cạnh của CLDV. Theo đó ta thấy, để đánh giá một CLDV thì cần thiết phải đưa ra 5 khía cạnh của CLDV (gọi là thang đo SERVQUAL) như **Hình 1.6**.



Hình 1. 6: Mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL

(Nguồn Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L 1985)

Sự tin cậy (Reliability): Là khả năng thực hiện dịch vụ như đã cam kết một cách chính xác đáng tin cậy. Nó phản ánh tính chất nhất quán và mức độ đáng tin về chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp. Đây là một trong những yếu tố mà khách hàng đánh giá là quan trọng nhất. Vậy nếu doanh nghiệp không thể cung cấp dịch vụ đáng tin cậy thì được coi là doanh nghiệp không thành công được thể hiện ở các mặt sau:

- Cung ứng dịch vụ theo đúng những gì đã cam kết.
- Dịch vụ được thực hiện đúng ngay từ đầu.
- Cung ứng dịch vụ đúng thời gian đã như đã hứa.
- Duy trì mức độ không sai sót.
- Độ tin cậy trong việc giải quyết các vấn đề của khách hàng.

Năng lực phục vụ (Assurance): Được thể hiện ở kiến thức, tác phong, năng lực và khả năng của họ trong việc tạo ra không khí thân mật và tin tưởng đối với

khách hàng. Năng lực phục vụ là chỉ năng lực của doanh nghiệp, sự lịch sự đối với khách hàng, kiến thức và khả năng cũng như tác phong của nhân viên để truyền niềm tin và sự tin tưởng cho khách hàng. Năng lực, trình độ được thể hiện trong dịch vụ của doanh nghiệp. Lịch sự chỉ thái độ phục vụ của nhân viên đối với khách hàng và tài sản của khách hàng. An toàn là yếu tố quan trọng trong tính đảm bảo, an toàn phản ánh yếu tố tâm lý không muốn mạo hiểm và nghi ngờ của khách hàng gồm các ý sau:

- Sự tín nhiệm của khách hàng đối với nhân viên.
- Giúp khách hàng cảm thấy yên tâm trong việc cung cấp dịch vụ.
- Sự lịch sự, nhã nhặn của nhân viên.
- Trình độ kiến thức của nhân viên.

Tính hữu hình (Tangibles): Được thể hiện qua điều kiện vật chất, thiết bị và hình thức bên ngoài của nhân viên phục vụ, đòi hỏi nhân viên phục vụ quan tâm chăm sóc, nhiệt tình chu đáo đối với khách hàng. Cụ thể như sau:

- Điều kiện vật chất có hình thức bắt mắt, lôi cuốn.
- Trang thiết bị phục vụ sản xuất hiện đại.
- Nhân viên có trang phục gọn gàng, chuyên nghiệp.
- Hình thức bên ngoài của doanh nghiệp phù hợp với điều kiện vật chất, lĩnh vực và dịch vụ của đơn vị cung cấp.

Sự đồng cảm (Empathy): Là mức độ chăm sóc, cá thể hóa mà doanh nghiệp cung ứng đến khách hàng. Đặt mình vào vị trí của khách hàng và suy nghĩ, quan tâm, chú ý đặc biệt hơn đến họ. Cụ thể được thể hiện các mặt như sau:

- Quan tâm chăm sóc hơn đến từng cá nhân khách hàng.
- Nhân viên thể hiện sự quan tâm tới khách hàng khi giao dịch.
- Nhân viên cần tìm hiểu nhiều hơn về nhu cầu đặc biệt của khách hàng.
- Doanh nghiệp đặt lợi ích khách hàng lên trên hết.
- Sự linh hoạt về giờ giấc làm việc đối với khách hàng.

Khả năng đáp ứng (Responsiveness): Thể hiện sự sẵn sàng hỗ trợ và cung cấp dịch vụ cho khách hàng đúng thời gian. Khả năng đáp ứng phản ánh mức độ thực hiện lời hứa phục vụ khách hàng của một doanh nghiệp, đề cập đến ý nguyện và tính

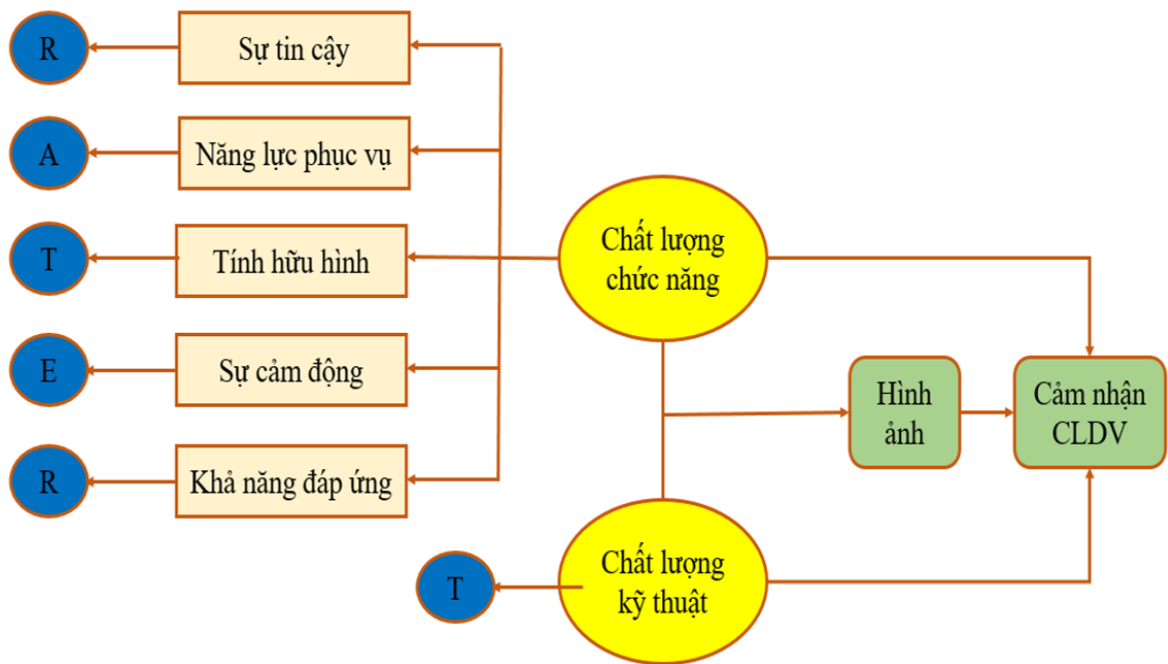
tự giác phục vụ của nhân viên. Những lý do không đáng có, có thể ảnh hưởng rất nhiều tới chất lượng khi mà khách hàng đánh giá về chất lượng dịch vụ như: để khách hàng chờ đợi lâu khi chưa giải quyết dứt điểm cho khách hàng mà không có lý do báo lại cho khách hàng. Khi hoạt động dịch vụ có sơ xuất, nếu nhanh chóng giải quyết vấn đề đó thì có thể tạo ra ảnh hưởng tích cực đối với cảm nhận của khách hàng về CLDV. Nó được thể hiện qua các yếu tố sau:

- Thông báo sớm nhất cho khách hàng khi nào dịch vụ được tiến hành.
- Luôn cung cấp dịch vụ nhanh chóng, đúng hẹn cho khách hàng.
- Luôn sẵn lòng giúp đỡ khách hàng của nhân viên.
- Nhanh chóng giải quyết các yêu cầu khác của khách hàng

1.3.3 Mô hình chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng

1.3.3.1 Mô hình kỹ thuật dùng cho các loại dịch vụ

Giáo sư Christian Gronroos đã đưa ra mô hình CLDV năm 1984, theo đó nhận thức của khách hàng về một dịch vụ dựa trên 2 yếu tố là: chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Vào năm 2004 trong một bài báo về chuyên ngành mô hình khoảng cách CLDV. Gi-Du Kang và Jenffrey James đã nêu ra mô hình về CLDV của Gronroos. Mô hình này dựa trên mô hình 5 khoảng cách CLDV cơ sở của Parasuraman. Mô hình này giả định rằng CLDV cảm nhận được bởi chất lượng kỹ thuật, chất lượng chức năng và hình ảnh của nhà cung cấp như **hình 1.7** dưới đây:



Hình 1. 7: Mô hình chất lượng dịch vụ của Gronroos

(Nguồn: Kang & James năm 2004)

Chất lượng chức năng (Functional quality): Chức năng này thể hiện quá trình chuyển giao dịch vụ tới người tiêu dùng, gồm 5 thuộc tính tạo thành là: sự tin cậy (Reliability), năng lực phục vụ (Assuarance), tính hữu hình (Tangibles), sự đồng cảm (Empathy), khả năng đáp ứng (Responsiveness).

Chất lượng kỹ thuật (Technical quality): Là những giá trị mà khách hàng nhận được từ dịch vụ mà nhà cung cấp dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

Yếu tố hình ảnh của nhà cung cấp dịch vụ (Image): Yếu tố này đóng vai trò quan trọng trong quá trình cảm nhận về CLDV của khách hàng. Khách hàng có thể cảm nhận được CLDV mà nhà cung cấp đưa ra là tốt hay không dựa vào quá trình sử dụng và cảm nhận của mình để đánh giá chất lượng sản phẩm từ nhà cung cấp. Mô hình giả định thể hiện mối liên hệ trực tiếp giữa cảm nhận CLDV, chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật. Cảm nhận về hình ảnh của đơn vị có ảnh hưởng gián tiếp đến CLDV, mô hình giả định rằng CLDV sẽ ảnh hưởng tới sự thỏa mãn của khách hàng

Với mục tiêu nghiên cứu về mô hình CLDV nhằm tìm ra các thuộc tính hình thành nên chất lượng chức năng và chất lượng kỹ thuật, mối liên hệ giữa chất lượng

chức năng và chất lượng kỹ thuật, hình ảnh của doanh nghiệp đối với cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ, từ đó sẽ dẫn đến sự thỏa mãn của khách hàng đối với sản phẩm.

1.3.3.2 Chất lượng kỹ thuật đối với chất lượng dịch vụ internet

a. Khái niệm

Hệ thống internet là tập hợp các thiết bị điện tử, viễn thông, tin học và các thiết bị phụ trợ khác bao gồm cả phần cứng và phần mềm được các công ty thiết lập tại một địa điểm có địa chỉ và phạm vi xác định để phục vụ trực tiếp cho việc cung cấp và sử dụng dịch vụ internet.

Kết nối là liên kết các mạng internet với nhau tạo thành một hệ thống mạng lưới trên cơ sở các đường truyền dẫn cáp quang của đơn vị viễn thông được xây dựng từ trước hoặc thuê của các đơn vị cung cấp dịch vụ viễn thông.

Mạng Internet bao gồm các mạng LAN (Local Area Networks) và mạng MAN (Metropolitan Area Networks), GAN (Global Area Networks) được liên kết với nhau bởi một mạng đường trục tốc độ cao. Các mạng LANs và MANs ở đây có thể mạng của các trường đại học, các công ty, tổ chức, hoặc các nhà cung cấp dịch vụ khu vực, quốc gia... Mạng Internet đường trục bao gồm một số mạng của các nhà cung cấp dịch vụ Internet (ISPs) quốc gia và quốc tế như AT&T WorldNet, Global Crossing, Sprint, UUNET (Mỹ), SingTel (Singapore), Dustch Telecom (Đức), VNPT (Việt Nam), Viettel (Việt Nam), FPT (FPT)... Các mạng này chúng thường chồng lấn nhau về mặt địa lý. Mạng ISPs được liên kết với nhau qua các điểm chuyển mạch công cộng gọi là NAPs (Network Access Point). Để không gặp phải hiện tượng tắc nghẽn xảy ra các mạng ISP cũng thường được kết nối bằng các kết nối thuê riêng khác nhau. Một mạng ISP bao gồm nhiều điểm cung cấp dịch vụ POPs (Point of Presences) và các kết nối liên kết các POP với nhau. Mô hình mạng Internet như trong

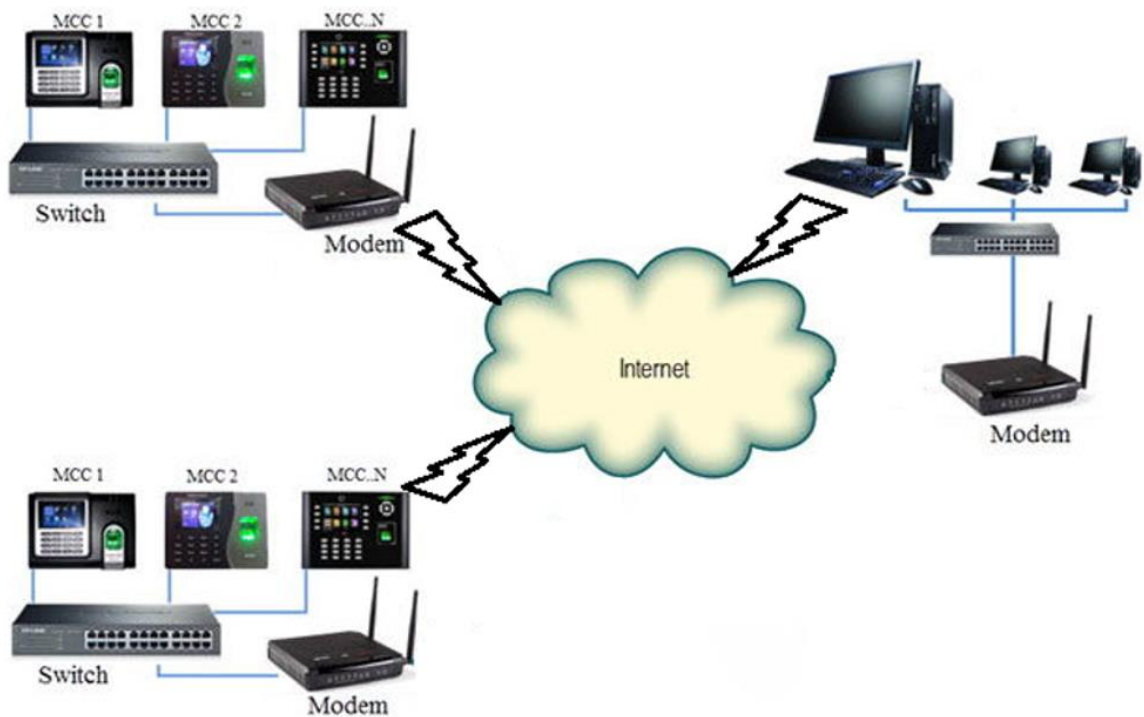
Hình 1.8

Dịch vụ Internet là các dịch vụ do mạng internet cung cấp bao gồm: dịch vụ truy nhập internet, dịch vụ kết nối internet (dịch vụ chính) và các dịch vụ ứng dụng trên nền internet (dịch vụ giá trị gia tăng).

Dịch vụ truy nhập internet là dịch vụ cung cấp cho người sử dụng khả năng truy nhập đến internet thông qua hệ thống thiết bị internet đặt tại điểm cung cấp dịch vụ internet của các nhà cung cấp dịch vụ internet.

Dịch vụ kết nối internet là dịch vụ cung cấp khả năng trao đổi thông tin giữa các nhà cung cấp dịch vụ internet trong một quốc gia với nhau, và giữa các quốc gia với nhau.

Các dịch vụ ứng dụng trên nền internet hiện nay rất phong phú và đa dạng ví dụ: Mua bán qua mạng, thanh toán trực tuyến qua mạng, chữ ký số, giám sát hành trình, email...



Hình 1. 8: Mô hình mạng lưới internet của VNPT địa bàn Bắc Giang

(Nguồn: Phòng nhân sự tổng hợp VNPT địa bàn Bắc Giang)

b. Các đặc điểm của dịch vụ internet

Thứ nhất: Dịch vụ internet có tính chất và đặc điểm riêng không giống với các sản phẩm của ngành khác, dịch vụ internet không phải là một sản phẩm vật chất mới xuất hiện càng không phải là hàng hoá cụ thể mà là kết quả của quá trình truyền tải thông tin dưới dạng dịch vụ.

Thứ hai: Quá trình tiêu dùng và sản xuất dịch vụ internet luôn đi cùng với nhau và không tách rời. Hiệu quả có ích của quá trình truyền tin tức được tiêu dùng ngay trong quá trình sản xuất. Ví dụ: đọc báo online, bắt đầu mở trình duyệt và gõ địa chỉ trang truy nhập là bắt đầu quá trình sản xuất (quá trình truyền thông tin), sau khi đóng trình duyệt tức là sau khi tiêu dùng hiệu quả có ích của quá trình sản xuất thì quá trình sản xuất cũng kết thúc. Với dịch vụ internet thì nó có đặc điểm riêng là các hoạt động sản xuất, nghiên cứu không thể cất và lưu giữ trong kho, các sản phẩm internet không thể thu hồi sản phẩm và đưa vào tái sử dụng được. Từ những đặc điểm riêng biệt này thì chất lượng dịch vụ internet phải được thực hiện một cách chuyên nghiệp với trình độ cao nếu không sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến người tiêu dùng. Ngoài ra để sử dụng dịch vụ internet người sử dụng có thể ở nhiều vị trí, địa điểm khác nhau, nhà cung cấp dịch vụ có thể xây dựng cơ sở hạ tầng để thuận lợi cho việc cung cấp dịch vụ phục vụ cho khách hàng.

Thứ ba: Là quá trình truyền thông tin hai chiều giữa người gửi và người nhận thông tin. Nhu cầu truyền thông tin có thể phát sinh ở mọi lúc mọi nơi, điều đó đòi hỏi phải có một mạng lưới dịch vụ đa dạng rộng khắp cả thế giới và có độ tin cậy cao.

Thứ tư: Nhu cầu truyền thông tin rất đa dạng, nó hoạt động không đồng đều về không gian và thời gian. Thông thường thì nhu cầu truyền thông tin phụ thuộc vào nhịp sống của xã hội, đối với giờ hàng chính, các kỳ lễ hội, lễ tết thì lượng nhu cầu sử dụng dịch vụ là rất lớn có thể gây ách tắc cục bộ trong nhiều giờ. Với điều kiện yêu cầu phục vụ không cho phép thì để đảm bảo nhu cầu của khách hàng, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông phải có các phương nhằm tăng lưu lượng để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất.

Thứ năm: Đó là sự khác biệt so với ngành sản xuất công nghiệp, nơi mà đối tượng chịu sự thay đổi vật chất (về mặt vật lý, hoá học...), còn trong sản xuất viễn thông nói chung và internet nói riêng, thông tin là đối tượng lao động chỉ chịu tác động rời chỗ trong không gian. Nếu thông tin trong quá trình truyền tải nhờ các thiết bị viễn thông được biến đổi thành các tín hiệu thông tin điện, thì ở các đầu nhận tín hiệu cũng phải đảm bảo các thiết bị tương thích để nhận thông tin. Mọi thông tin khi

chuyển đi mà có sự biến đổi thì đều đó có nghĩa là thông tin bị sai lệch không chính xác, giá trị sử dụng không cao và gây ra tổn thất cho khách hàng.

c. Chất lượng kỹ thuật đối với dịch vụ internet

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm rất quan trọng trong quá trình xây dựng thương hiệu, các chiến lược marketing của các doanh nghiệp. Nó là yếu tố có ảnh hưởng rất lớn đến sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Sự hài lòng của khách hàng có liên quan đến chất lượng dịch vụ. Nếu chất lượng dịch vụ rất cao, mức độ thoả mãn vượt qua sự mong đợi khách hàng sẽ rất hài lòng. Chất lượng dịch vụ cao, mức độ thoả mãn đạt được sự mong đợi, khách hàng cảm thấy vui vẻ hài lòng. Ngược lại, nếu chất lượng dịch vụ thấp, mức độ thoả mãn thấp hơn giá trị mong đợi, khách hàng sẽ thất vọng. Giá trị khách hàng nhận được do chuỗi giá trị của dịch vụ tổng thể mà công ty chuyển giao phụ thuộc vào một số yếu tố như: dịch vụ tổng thể được cung cấp, nhân viên cung cấp dịch vụ, những hoạt động của các đối thủ cạnh tranh, các mức độ đơn vị mong đợi, tầm hiểu biết và sự am hiểu về dịch vụ của người tiêu dùng dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ internet là thước đo mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình sử dụng và cảm nhận về dịch vụ. Có thể nói đây là dịch vụ tổng thể nhất của doanh nghiệp, dịch vụ này mang lại rất nhiều lợi ích và thoả mãn đầy đủ các giá trị mong đợi của khách hàng trong hoạt động sản xuất và cung ứng dịch vụ trong việc phân phối dịch vụ ở đầu ra. Với đặc thù riêng là dịch vụ internet từ khái niệm chất lượng dịch vụ ta có khái niệm chung về chất lượng dịch vụ internet. CLDV thể hiện mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình sử dụng và cảm nhận về dịch vụ internet của các doanh nghiệp viễn thông.

Việc đánh giá chất lượng dịch vụ giúp cho doanh nghiệp nắm được tình hình dịch vụ của mình có đáp ứng được các yêu cầu của khách hàng hay không? Chất lượng dịch vụ đang ở mức độ nào. Từ việc đánh giá về CLDV thì các doanh nghiệp sẽ tự nhận biết được mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ.

Hiện tại các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ internet đều đang áp dụng theo các tiêu chuẩn trong bộ quy chuẩn QCVN 34:2014/BTTTT cụ thể như sau:

- Các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật:

Tỷ lệ đăng nhập hệ thống thành công: Được tính là số lần đăng nhập hệ thống thành công so với tổng số lần đăng nhập hệ thống.

Chỉ tiêu: tỷ lệ đăng nhập thành công $\geq 95\%$.

Phương pháp xác định: Phương pháp mô phỏng lấy tối thiểu 100 mẫu đăng nhập hệ thống vào các giờ khác nhau trong ngày, khoảng cách giữa hai lần đăng nhập tối thiểu 15 phút.

Tốc độ tải dữ liệu trung bình: gồm hai loại là: tốc độ tải xuống trung bình (P_d) và tốc độ tải lên trung bình (P_u).

Tốc độ tải xuống trung bình (P_d) là tỷ số giữa tổng dung lượng tải xuống trên tổng thời gian tải xuống.

Tốc độ tải lên trung bình (P_u) là tỷ số giữa tổng dung lượng dữ liệu tải lên trên tổng thời gian tải lên.

Chỉ tiêu: Tốc độ tải trung bình nội mạng (với website/server của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,8 V_{max}$ và $P_u \geq 0,8 V_{max}$;

Tốc độ tải dữ liệu trung bình ngoại mạng (với website/sevver của không phải doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,75 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,75 V_{umax}$;

Trong đó V_{dmax} , V_{umax} : Là tốc độ tải xuống và tải lên tối đa theo của gói dịch vụ được ghi trong hợp đồng cung cấp dịch vụ.

Phương pháp xác định: Phương pháp mô phỏng: số lượng mẫu tối thiểu 1.000 mẫu vào các giờ khác nhau trong ngày với mỗi loại file upload, download, nội mạng, ngoại mạng. Dung lượng đo với file download là 20M, file upload là 10M. Trong khi đo không sử dụng phần mềm tăng tốc, không thực hiện tải nhiều tệp đồng thời một lúc.

Lưu lượng sử dụng trung bình: Là tỷ lên % dữ liệu truyền trung bình qua đường truyền tring một thời gian và tốc độ tối đa đường truyền được tính bằng bit/s và được xác định trung bình cho từng hướng kết nối. Lưu lượng trung bình được xác định trên cơ sở tổng dung lượng của tất cả đường truyền trên hướng kết nối đó.

Hướng kết nối là hướng kết nối internet từ đơn vị cung cấp dịch vụ internet quốc tế, đến trạm trung chuyển internet quốc gia, đến các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ bao gồm cả hai hướng đi và về.

Chỉ tiêu lưu lượng trung bình của mỗi hướng kết nối là $\leq 70 \%$.

Phương pháp xác định: Phương pháp giám sát: Giám sát các hướng kết nối trong khoảng thời gian tối thiểu là 1 tuần.

Tỷ lệ dung lượng truy nhập bị ghi sai cước (chỉ áp dụng cho dịch vụ tính cước theo lưu lượng truy nhập). Là độ chênh lệch dung lượng mà nhà cung cấp dịch vụ đã tính cước cho khách hàng với dung lượng thực tế, tỷ lệ dung lượng truy nhập bị ghi sai cước là tỷ lệ giữa tổng giá trị tuyệt đối dung lượng truy nhập bị ghi sai cước trên tổng dung lượng truy nhập thực tế.

Chỉ tiêu của tỷ lệ dung lượng bị ghi sai cước là $\leq 0,1 \%$

Phương pháp xác định là phương pháp mô phỏng tổng dung lượng các mẫu đo, tất cả các gói dịch vụ tối thiểu là 1000Mb và số lượng tối thiểu là 300 mẫu vào các khung giờ khác nhau.

Phương pháp giám sát là sử dụng các thiết bị giám sát dung lượng truy nhập qua đường dây thuê bao của khách hàng, thời gian thực hiện tối thiểu là 1 tuần.

- Các chỉ tiêu chất lượng phục vụ

Độ khả dụng của dịch vụ: là tỷ lệ thời gian mà doanh nghiệp cung cấp dịch vụ sẵn sàng cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

$$D = \left(1 - \frac{T_f}{T_r}\right) \times 100$$

Trong đó:

D: Là độ khả dụng của dịch vụ.

T_r: Là thời gian xác định độ khả dụng của dịch vụ.

T_f: Là thời gian sự cố thuộc trách nhiệm của đơn vị cung cấp dịch vụ.

Chỉ tiêu: Độ khả dụng của dịch vụ là: $\geq 99,5 \%$

Phương pháp xác định: Bằng phương pháp thống kê, thống kê toàn bộ sự cố trong thời gian xác định độ khả dụng, thời gian tối thiểu là 3 tháng.

Thời gian thiết lập dịch vụ:

Là khoảng thời gian bắt đầu được tính từ lúc doanh nghiệp cung cấp dịch vụ ký hợp đồng cung cấp dịch vụ internet với khách hàng cho tới khi khách hàng có thể sử dụng được dịch vụ.

Trong trường hợp nếu đơn vị cung cấp dịch vụ không thể ký hợp đồng với khách hàng thì trong khoảng 2 ngày kể từ thời điểm nhận được yêu cầu cung cấp dịch vụ của khách hàng, thì đơn vị cung cấp dịch vụ phải có thông báo cho khách hàng về việc không ký kết hợp đồng dịch vụ và nêu rõ lý do vì sao không ký được hợp đồng

Chỉ tiêu: với những khách đã có sẵn đường dây thuê bao thì trên 90 % số hợp đồng cung cấp dịch vụ có thời gian thiết lập dịch vụ tối đa là 2 ngày.

Trường hợp chưa có đường dây thuê bao:

+ Trung tâm thành phố: lớn hơn 90 % số hợp đồng cung cấp dịch vụ có thời gian thiết lập dịch vụ tối đa là 3 ngày.

+ Thị trấn, xã: lớn hơn 90 % số hợp đồng cung cấp dịch vụ có thời gian thiết lập dịch vụ tối đa là 5 ngày.

Phương pháp xác định: Phương pháp thống kê. Thống kê toàn bộ yêu cầu thiết lập dịch vụ truy nhập Internet bằng rộng cố định mặt đất của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trong khoảng thời gian tối thiểu là 3 tháng liên tiếp.

Thời gian khắc phục kết nối:

Bắt đầu được tính từ lúc đơn vị cung cấp dịch vụ nhận được thông báo từ khách hàng về việc mất kết nối Internet hoặc từ hệ thống thiết bị, nhân viên trực tổng đài của đơn vị đến khi kết nối được trở lại hoạt động bình thường.

Chỉ tiêu: với trung tâm thành phố là trên 90 % số lần mất kết nối là 24 h.

+ Thị trấn, xã là trên 90 % số lần mất kết nối là 24 h.

Phương pháp xác định: Phương pháp thống kê. Thống kê, tập hợp đầy đủ số liệu xử lý mất kết nối trong khoảng thời gian tối thiểu là 1 quý.

Khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ:

Khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ là việc khách hàng phản ánh về việc không hài lòng đối với chất lượng dịch vụ mà nhà cung cấp dịch vụ cung cấp

cho khách hàng, khiếu nại được báo cho đơn vị cung cấp dịch vụ bằng nhiều kênh thông tin khác nhau.

Chỉ tiêu: Tỷ lệ khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ $\leq 0,25$ khiếu nại/100 khách hàng/quý.

Phương pháp xác định: Phương pháp thống kê. Thống kê toàn bộ số khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ trong khoảng thời gian tối thiểu là 1 quý.

Hội âm khiếu nại của khách hàng:

Hội âm khiếu nại của khách hàng là văn bản của đơn vị cung cấp dịch vụ thông báo cho khách hàng có đơn, thư khiếu nại về việc tiếp nhận và xem xét xử lý đơn thư khiếu nại.

Chỉ tiêu: Đơn vị cung cấp dịch vụ phải đảm bảo 100 % khách hàng khiếu nại có văn bản hội âm trong thời hạn tối đa 24h bắt đầu từ thời điểm tiếp nhận được thông tin khiếu nại.

Phương pháp xác định: Phương pháp thống kê. Thống kê toàn bộ văn bản hội âm của khách hàng khiếu nại về chất lượng dịch vụ trong khoảng thời gian tối thiểu là 1 quý.

Dịch vụ hỗ trợ khách hàng:

Dịch vụ hỗ trợ khách hàng là dịch vụ giải đáp thắc mắc, trợ giúp, hướng dẫn sử dụng, cung cấp thông tin cho khách hàng về dịch vụ truy nhập Internet băng rộng cố định mặt đất.

Chỉ tiêu: Là thời gian hỗ trợ khách hàng của nhân viên tổng đài qua điện thoại là 24/24h trong ngày.

- Số lượng cuộc gọi tới dịch vụ hỗ trợ, chăm sóc khách hàng được kết nối thành công và nhận được tín hiệu trả lời của điện thoại viên trong vòng 60 s là bằng hoặc lớn hơn 80 % tổng số cuộc gọi.

Phương pháp xác định:

Phương pháp mô phỏng hoặc gọi nhân công. Thực hiện mô phỏng hoặc gọi nhân công tới dịch vụ hỗ trợ khách hàng. Số lượng cuộc gọi thử tới điện thoại viên tối thiểu là 300 cuộc gọi vào các khung giờ khác nhau trong 1 ngày.

Phương pháp giám sát. Thực hiện giám sát tất cả các cuộc gọi tới dịch vụ hỗ trợ khách hàng bằng thiết bị hoặc bằng tính năng sẵn có của mạng. Số lượng cuộc gọi lấy mẫu tối thiểu là tổng số cuộc gọi thành công trong 1 tuần.

1.4 Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ internet

1.4.1 Các yếu tố bên trong

a. Nguồn nhân lực

Con người là nhân tố trực tiếp tạo ra và quyết định đến chất lượng của sản phẩm, đi cùng với con người là công nghệ giúp cho đơn vị đạt chất lượng sản phẩm tốt hơn trên sơ sở giảm chi phí cho việc sản xuất. Đối với năng lực và tinh thần lao động của cán bộ công nhân viên, những giá trị chính sách nhân sự đưa ra đều có ý nghĩa tác động sâu sắc đến chất lượng sản phẩm. Vậy chất lượng không chỉ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng bên ngoài mà còn cả của bên trong doanh nghiệp.

Yếu tố con người có ý nghĩa quan trọng quyết định sự thành bại của đơn vị, nếu đơn vị có đội ngũ cán bộ công nhân viên lành nghề, nhiều kinh nghiệm, đoàn kết, nhiệt tình, trung thành với đơn vị thì đó sẽ là lợi thế làm tăng năng suất cho đơn vị, giảm chi phí và nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Một đơn vị Viễn thông mà có đội ngũ cán bộ công nhân viên mà có chất lượng thì điều đó thể hiện rõ ràng trong quá trình thiết lập dịch vụ, hỗ trợ và xử lý sự cố nhanh chóng chính xác, qua đó cũng tạo được sự tin tưởng và nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ của đơn vị, tuy nhiên đối với các ngành dịch vụ nói chung là độ tuổi của nhân viên cũng là một yếu tố ảnh hưởng không nhỏ tới chất lượng sản phẩm. Bởi vì các đơn vị có độ tuổi trung bình của cán bộ công nhân viên càng cao thì khả năng tiếp cận công nghệ mới càng bị hạn chế, từ đó sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến đánh giá của khách hàng về CLDV của đơn vị mình, đi cùng với nó mà đơn vị có đội ngũ cán bộ quản lý năng lực, có đức hạnh, nghị lực nhạy bén với với cơ chế thị trường sẽ giúp cho đơn vị có chiến lược cạnh tranh đúng đắn, đưa đơn vị đạt tới mục tiêu mà đơn vị đã đặt ra.

b. Công nghệ - trang thiết bị máy móc

Là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất lao động, chất lượng sản phẩm của dịch vụ và ảnh hưởng lớn đến năng lực cạnh tranh của của đơn vị. Đơn vị mà có hệ thống máy móc và cập nhật nền công nghệ hiện đại và áp dụng vào sản xuất thì sẽ giúp cho doanh nghiệp tăng năng suất và chất lượng của sản phẩm.

Trình độ công nghệ có sức ảnh hưởng không nhỏ tới chất lượng sản phẩm và chất lượng dịch vụ. Đối với các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ VT – CNTT thì nó thể hiện ở các điểm sau:

- Độ hiện đại của máy móc bao gồm: Các hệ thống mạng truy nhập (thiết bị đầu nối tới khách hàng), hệ thống MAN-E (Metro area Network over Ethernet, mạng nội tỉnh thống kê lưu lượng từ hệ thống mạng truy nhập), hệ thống mạng trục quốc gia, hệ thống mạng kết nối quốc tế. Các thiết bị này càng hiện đại và phù hợp với nhau thì khả năng cung cấp dịch vụ có chất lượng càng cao. Vì vậy các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ VT-CNTT sẽ thường xuyên nâng cấp các hệ thống thiết bị này để đáp ứng nhu cầu phục vụ khách hàng.

- Công nghệ phục vụ công tác điều hành sản xuất: Ứng dụng công nghệ thông tin trong điều hành sản xuất giúp cho doanh nghiệp giám sát các hoạt động lập hợp đồng, cung cấp dịch vụ, xử lý sự cố, chăm sóc khách hàng... được chính xác. Từ đó đưa ra các phương án rút ngắn thời gian và thay đổi các quy trình thiết lập dịch vụ, xử lý sự cố giúp nâng cao sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ.

c. Nguồn thông tin

Nguồn thông tin được tập hợp lại dưới nhiều hình thức khác nhau và nguồn thông tin này được sử dụng làm cơ sở ra quyết định, quản lý môi trường kinh doanh và được coi trọng như là nguồn lực quan trọng trong bối cảnh phát triển như hiện nay. Những thông tin mà doanh nghiệp tập hợp được và được cập nhật thường xuyên, chính xác, phù hợp nhu cầu quản lý của các bộ phận chuyên môn và ứng dụng nó có hiệu quả thì điều này sẽ làm cho doanh nghiệp chiếm được lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh.

d. Cơ cấu tổ chức

Một doanh nghiệp có cơ cấu tổ chức linh hoạt, năng lực làm việc cao thì điều đó giúp cho doanh nghiệp nâng cao vị thế, hiệu quả kinh doanh và sẵn sàng đáp ứng được với những sự thay đổi của thị trường. Doanh nghiệp là một hệ thống tổng thể trong đó sự phối hợp đồng bộ thống nhất giữa các bộ phận chức năng là điều quan trọng để doanh nghiệp phát triển. Sự phối hợp khai thác hợp lý giữa các nguồn lực tạo ra sản phẩm phụ thuộc vào nhận thức. Sự hiểu biết về chất lượng và quản lý chất lượng, trình độ xây dựng, tổ chức thực hiện chương trình, các chính sách, mục tiêu kế hoạch để đảm bảo chất lượng của các bộ phận quản lý. Doanh nghiệp có nề nếp tốt thì sẽ phát triển được các mối quan hệ tốt. Lãnh đạo quan tâm tới nhân viên, người lao động thì các đoàn viên sẽ đoàn kết, cởi mở thúc đẩy các hoạt động kinh doanh theo một hướng tích cực, hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ cho doanh nghiệp.

Trong thực tế, nhiều doanh nghiệp hầu như đã áp dụng hệ thống quản lý tiên tiến: Quản lý chất lượng toàn diện (TQM), ISO 9000, Kaizen, qua các hệ thống đó đã nâng cao được chất lượng sản phẩm, CLDV và tăng mức độ thỏa mãn của khách hàng với chi phí sử dụng thấp.

1.4.2 Các yếu tố bên ngoài

a. Yếu tố kinh tế và thị trường

Đây là yếu tố quan trọng nhất là xuất phát điểm và định hướng phát triển chất lượng sản phẩm dịch vụ. Tất cả các sản phẩm nếu muốn tồn tại được thì bắt buộc nó phải đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, đặc điểm của thị trường hiện nay là nhu cầu đa dạng, đòi hỏi chất lượng ngày càng cao. Nhu cầu sử dụng của khách hàng ngày càng cao gây sức ép cho các đơn vị phải cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ của mình. Mức độ và tính chất cạnh tranh trên thị trường cũng là một yếu tố quan trọng rất lớn đến chất lượng sản phẩm dịch vụ, khi đó sẽ cần một phương pháp hiệu quả để giúp các doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm đó là học hỏi kinh nghiệm, ý tưởng từ các đối thủ tốt nhất trên thị trường.

Hàng năm mức tăng trưởng kinh tế được đánh giá qua mức tăng GDP và mức thu nhập bình quân đầu người. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến quy mô, đặc trưng và các cơ hội cũng như thách thức đối với doanh nghiệp. Tăng trưởng kinh tế sẽ kéo theo tăng khả năng sử dụng sản phẩm, khai thác dịch vụ trong toàn bộ nền kinh tế, từ đó tạo ra cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp và làm giảm đi áp lực cạnh tranh của những ngành đặc thù. Ngược lại với nó khi nền kinh tế giảm sút, sẽ làm giảm nhu cầu tiêu thụ sử dụng sản phẩm và các dịch vụ khác, đồng thời cũng làm tăng sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, sự giảm sút về nền kinh tế cũng làm cho cuộc cạnh tranh về giá trở lên khốc liệt hơn. Điều này được thể hiện rõ khi khách hàng có thu nhập tăng thì nhu cầu sử dụng internet cũng tăng theo để phục vụ smart tivi, smart phone, máy tính kết nối mạng để làm việc và học tập, giải trí, khi đó sự lựa chọn cũng đa dạng hơn và giá không phải là yếu tố quyết định ưu thế cạnh tranh.

Các chính sách tiền tệ, tỷ giá hối đoái, mức lãi suất cũng có thể tạo ra một cơ hội mới tốt cho doanh nghiệp và nó cũng có thể là lỗi no cho sự phát triển của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ internet khi phải nhập các thiết bị là chính.

Lạm phát và vấn đề chống lạm phát là một yếu tố rất quan trọng nó ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của doanh nghiệp. Trên thực tế cho ta thấy tỷ lệ lạm phát cao gây ra tình trạng mất ổn định về kinh tế, giảm nhịp độ phát triển kinh tế làm tăng tỷ lệ phần trăm cho vay vốn, tăng sự giao động về giá trao đổi ngoại tệ. Lạm phát tăng gây ra dự án tiến hành đầu tư mạo hiểm hơn, kho đó doanh nghiệp sẽ phải cắt giảm đầu tư sản xuất, công nghệ không được đổi mới, hạ tầng đầu tư để tăng vùng phục vụ cũng bị hạn chế và cắt giảm đáng kể.

b. Yếu tố chính trị pháp luật

Tất cả các doanh nghiệp khi được cấp giấy phép kinh doanh thì đều hoạt động trong một môi trường kinh doanh nhất định được quản lý bởi hiến pháp và pháp luật. Trong môi trường pháp lý đó thì chính sách và cơ chế quản lý kinh tế sẽ tác động trực tiếp đến việc sản xuất ra sản phẩm và chất lượng sản phẩm, cơ chế kinh tế sẽ tạo ra môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu, thiết kế và phát triển sản phẩm. Ngược lại nó cũng tạo ra sức ép để các doanh nghiệp phải tập trung vào nâng

cao chất lượng sản phẩm thông qua cơ chế khuyến khích cạnh tranh. Nếu có một cơ chế phù hợp sẽ thúc đẩy các doanh nghiệp đẩy mạnh đầu tư, cải tiến nâng cao kỹ thuật, chất lượng sản phẩm. Ngược lại thì nó sẽ tạo ra sự trì hoãn làm giảm các hoạt động nâng cao chất lượng.

Các yếu tố này tác động đến doanh nghiệp theo các hướng khác nhau, chúng có thể tạo ra cơ hội hoặc trở ngại thậm trí là rủi ro cho doanh nghiệp. Sự ổn định về an ninh chính trị, nhất quán về quan điểm các chính sách lớn luôn là môi trường tốt để thu hút các nhà đầu tư. Một hệ thống luật pháp được ban hành và xây dựng hoàn thiện sẽ là cơ sở để các doanh nghiệp, tổ chức kinh doanh ổn định. Quy định về các loại chính sách thuế, lệ phí có thể vừa tạo ra các cơ hội cũng như thách thức đối với các doanh nghiệp. Luật lao động bao gồm thu nhập, tiền lương, quy chế tuyển dụng, đề bạt, chế độ hưu trí, trợ cấp thất nghiệp cũng là vấn đề mà các doanh nghiệp cần phải tính toán kỹ.

c. Yếu tố khoa học công nghệ

Khoa học công nghệ tác động đến chất lượng sản phẩm thông qua

- Tạo phương tiện điều tra, nghiên cứu khoa học công nghệ chính xác hơn, xác định đúng đắn nhu cầu và biến đổi nhu cầu thành đặc điểm sản phẩm nhờ các phương tiện đo lường, dự báo, thí nghiệm, thiết kế tốt và hiện đại hơn. Tạo ra các nguyên liệu mới tốt và rẻ hơn làm tăng GTGT của sản phẩm và lợi ích người tiêu dùng
- Việc ứng dụng các phương pháp quản lý hiện đại và tiên tiến góp phần giảm chi phí trong việc sản xuất và chất lượng sản phẩm được tốt hơn. Điều đặc biệt là sự góp mặt của công nghệ đã làm thay đổi cách tư duy cũ rất nhiều, các phương pháp quản lý, tổ chức truyền thống không còn phù hợp, ứng dụng công nghệ vào công tác quản lý ngày càng sâu rộng và hiệu quả hơn.
- Đây là nhân tố quan trọng ảnh hưởng lớn đến chiến lược kinh doanh trong các lĩnh vực kinh tế của ngành cũng như của nhiều doanh nghiệp hay tổ chức khác. Trên thực tế thế giới đã từng chứng kiến sự thay đổi của công nghệ làm biến động thậm chí làm mất đi nhiều ngành nghề lĩnh vực kinh doanh, đồng thời cũng xuất hiện nhiều ngành nghề kinh doanh mới và hoàn thiện hơn. Sự biến đổi khoa học công nghệ đã

ảnh hưởng không nhỏ đến mọi doanh nghiệp, khi mà công nghệ ngày càng phát triển thì nó cũng tạo ra nhiều cơ hội cũng như những nguy cơ cho các doanh nghiệp. Vì vậy để theo kịp sự phát triển của khoa học công nghệ là một bài toán không hề đơn giản đối với các doanh nghiệp viển thông.

d. Yếu tố văn hóa - xã hội

Với lối sống thích ứng và tự thay đổi theo hướng du nhập những lối sống theo văn hóa mới nên rất dễ nảy sinh các cơ hội kinh doanh mới và ngược lại nó sẽ gây ra ảnh hưởng tiêu cực cho doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp cần phải xác định rõ mục tiêu, các khả năng này thông qua mức độ tiêu dùng của khách hàng. Sự xuất hiện của hiệp hội những người tiêu dùng là một cản trở không hề nhỏ, đòi hỏi các doanh nghiệp phải quan tâm sâu hơn là chất lượng sản phẩm phải đảm bảo lợi ích người tiêu dùng. Với trình độ dân trí ngày càng cao đây là một thách thức không nhỏ đối với các doanh nghiệp.

Vậy các yếu tố văn hóa – xã hội như phong tục tập quán, lối sống, thói quen đều có sức ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng, nếu doanh nghiệp có sự sáng tạo và thích nghi với môi trường văn hóa – xã hội thì sẽ tạo ra cho mình năng lực cạnh tranh cao hơn đối thủ.

e. Yếu tố quốc tế

Với xu thế tiến tới toàn cầu hóa sẽ là một điều kiện tất yếu mà mọi doanh nghiệp, mọi ngành, chính phủ phải tính đến khi hội nhập nền kinh tế thế giới đã được hình thành, môi trường quốc tế và toàn cầu hóa sẽ phức tạp hơn, cạnh tranh khốc liệt hơn từ quan điểm xã hội, thể chế chính sách, kinh tế của mỗi quốc gia trên toàn thế giới. Khi hội nhập càng phát triển nó sẽ mở ra cho các doanh nghiệp các cơ hội và nhiều thách thức, điều đó có thể làm tăng hoặc giảm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

f. Yếu tố khách hàng

Đây là yếu tố có ảnh hưởng lớn đến sự thành bại của doanh nghiệp, nếu khách hàng ép giá, giảm lượng tiêu dùng, đòi hỏi chất lượng cao mà mức giá vẫn như cũ hay còn thấp hơn và có thể từ bỏ doanh nghiệp này để đến với doanh nghiệp kia, điều

đó ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Vậy muốn thành công thì doanh nghiệp điều đầu tiên cần làm là tạo dựng lòng tin nơi khách hàng bằng cách thỏa mãn nhu cầu thị hiếu của khách hàng

g. Sản phẩm thay thế

Khi giá cả sản phẩm mà doanh nghiệp cung cấp cao thì khách hàng có xu hướng chuyển sang sử dụng mặt hàng thay thế và nó có thể làm giảm thị phần và lợi nhuận của doanh nghiệp, làm ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Vấn đề đặt ra với các doanh nghiệp viễn thông hiện nay là công nghệ internet không dây tốc độ cao 4G có bùng nổ hay không, có tiếp tục mở rộng hạ tầng mạng lưới hiện tại hay mở rộng đầu tư mạng lưới không dây

h. Đối thủ cạnh tranh

Là các doanh nghiệp cùng cung cấp các dịch vụ VT – CNTT trên cùng một thị trường và địa bàn của doanh nghiệp, để cạnh tranh được với các đối trực tiếp là cạnh thẳng nhất, nếu đối thủ của doanh nghiệp có tiềm lực lớn hơn thì nó sẽ là mối lo ngại lớn nhất đối với doanh nghiệp, doanh nghiệp muốn thắng được đối thủ thì cần nghiên cứu tìm hiểu về họ rất nhiều và đưa ra các phương án, chiến lược hợp lý để chiến thắng đối thủ.

1.5 Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ internet tại một số doanh nghiệp viễn thông

1.5.1 Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ internet của VNPT Phú Thọ

VNPT Phú Thọ hoạt động trong lĩnh vực VT – CNTT và các dịch vụ GTGT và đảm bảo phục vụ sự điều hành của cấp ủy Đảng, Chính quyền, các doanh nghiệp và của nhân dân trên toàn tỉnh Phú Thọ. Với tổng số 13 trung tâm Huyện, Thành phố và 1 trung tâm điều hành thông tin và 5 phòng ban giúp việc cho ban giám đốc. Với việc tái cơ cấu mô hình sản xuất và bố trí nguồn lao động hợp lý VNPT Phú Thọ đã có được sự tăng trưởng tốt trong thời gian qua. Một trong các yếu tố quan trọng để có được thành công như hiện nay thì VNPT Phú Thọ luôn quan tâm tới việc nâng cao chất lượng các dịch vụ, đặc biệt trong đó là nâng cao chất lượng dịch vụ internet được thể hiện cụ thể như sau:

Cơ cấu lại nguồn lực tổ chức, cơ sở hạ tầng mạng lưới và nguồn nhân lực một cách khoa học, tối ưu nhất để đơn vị đạt được kết quả cao nhất. Vấn đề chú trọng hàng đầu đó là hệ thống internet băng rộng sử dụng cáp quang thay thế cho hệ thống cáp đồng truyền thống trước kia, qua đó sẽ nâng cao được băng thông truy nhập, năng lực của mạng GPON toàn tỉnh đủ khả năng đáp ứng được 1.000.000 thuê bao và sẽ giảm đáng kể sự cố thuê bao và tỷ lệ thuê bao báo hỏng của VNPT Phú Thọ khoảng 2% trên tổng số thuê bao tháng. Với hệ thống mạng lưới được đầu tư cho đến nay thì VNPT Phú Thọ khẳng định mình là đơn vị cung cấp dịch vụ VT – CNTT chủ đạo trên toàn tỉnh.

Với mô hình sắp xếp nguồn nhân lực trên nguyên tắc trực tiếp, bỏ qua khâu trung gian, gọn nhẹ, khuyến khích phát huy năng lực cá nhân, tăng cường sức mạnh tập thể phù hợp với nhu cầu phát triển thực tế, triển khai cơ chế trả lương trên cơ sở khuyến khích người lao động.

Ban hành các quy trình cung cấp dịch vụ cho khách hàng, các tổ chức doanh nghiệp, quy trình chăm sóc khách hàng và xử lý sự cố. Sẽ được ban hành với mục tiêu tạo sự phối hợp nhuần nhuyễn giữa 2 khối kinh doanh và kỹ thuật, điều này sẽ giúp 2 khối vừa hỗ trợ vừa giám sát lẫn nhau cùng nhau đạt được mục tiêu cao nhất là nâng cao CLDV. Công cụ hỗ trợ hệ thống quản trị hiện đại, ứng dụng CNTT cũng được triển khai một cách đồng bộ nhất giúp nâng cao năng suất của người lao động. Đặc biệt thì VNPT Phú Thọ coi trọng việc sáng tạo các giải pháp kinh doanh hiệu quả, hữu ích trong việc cạnh tranh. Đối với dịch vụ internet thì đơn vị đã triển khai nhiều gói cước cáp quang linh hoạt để phát triển thuê bao mới và đi cùng với nó là chuyển đổi toàn bộ thuê bao cáp đồng sang cáp quang. Cho đến thời điểm hiện tại thì VNPT Phú Thọ đã chuyển thành công toàn bộ thuê bao cáp đồng sang cáp quang. Trong các phong trào thi đua, nghiên cứu khoa học, những sáng kiến cải tiến kỹ thuật cũng góp phần không nhỏ tới sự thành công như hiện nay của VNPT Phú Thọ và trong tương lai sẽ luôn hoàn thành xuất sắc tất cả các kế hoạch được giao.

Việc áp dụng các biện pháp nhằm nâng cao CLDV thuê bao internet của VNPT Phú Thọ đã có sự tăng trưởng tốt và có số lượng thuê bao hơn 600.000 thuê bao sử

dụng, thuê bao hồng cũng thấp nhất trong tập đoàn VNPT. Điều đó thể hiện các bước đi đúng đắn của VNPT Phú Thọ trong việc nâng cao CLDV, nâng cao độ hài lòng của khách hàng giúp thị phần này ngày càng phát triển, đảm bảo đời sống cho các cán bộ, nhân viên.

1.5.2 Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ internet của VNPT Hà Nội

VNPT Hà Nội hoạt động trong lĩnh vực VT – CNTT và các dịch vụ GTGT đảm bảo phục vụ sự điều hành của các cấp ủy Đảng, Chính quyền, các doanh nghiệp và của Thành phố với tổng số dân khoảng 8.418.883 người, bao gồm 30 Quận Huyện và Thị xã. Trong đó có 12 Quận, 17 Huyện và 1 Thị xã, với diện tích lên đến 3.359 Km vuông.

VNPT Hà Nội có 7 phòng ban chính giúp việc cho ban giám đốc và 15 đơn vị trực thuộc gồm các ban quản lý và các trung tâm trực thuộc.

Với địa bàn có diện tích lớn và đặc thù là trung tâm hành chính lớn nhất cả nước, nhiều khu công nghiệp trọng điểm vì vậy các doanh nghiệp nước ngoài đòi hỏi rất cao về các tiêu chí chất lượng, nắm bắt được tình hình này thì VNPT Hà Nội đã áp dụng các biện pháp nâng cao CLDV và chăm sóc khách hàng qua đó đảm bảo tăng trưởng thị phần, doanh thu của đơn vị được thể hiện cụ thể như sau:

Tập chung mở rộng hạ tầng mạng lưới cáp quang phục vụ phát triển thuê bao internet băng rộng. Hiện tại trên địa bàn Thành phố Hà Nội đã sử dụng 100% internet cáp quang, với ưu điểm lớn của cáp quang là không ảnh hưởng bởi thời tiết, tốc độ băng thông cao nên việc duy trì thuê bao sẽ giảm nguồn nhân lực mà mức độ hài lòng của khách hàng lại được tăng cao.

VNPT Hà Nội áp dụng các tiêu chuẩn thời gian xử lý cao cho các quy trình xử lý sự cố thuê bao, lắp đặt mới, hỗ trợ chăm sóc khách hàng... Tiêu chuẩn xử lý trong khu vực thành phố là $\leq 4h$ và đối với các khu vực khác là $\leq 6h$ qua đó sẽ đáp ứng được nhu cầu sử dụng dịch vụ của các đơn vị tập thể và cá nhân trên toàn thành phố. VNPT Hà Nội đẩy mạnh công tác chăm sóc khách hàng bằng cách thành lập các bộ phận hỗ trợ online thông qua hệ thống giám sát, trực tiếp nhận 24/24h và chia theo 3 ca mỗi ngày. Sau khi bộ phận tiếp nhận thông tin báo hỏng chuyển qua bộ phận hỗ

trợ các sự cố thuê bao có thể hỗ trợ từ xa rút ngắn thời gian mất liên lạc cho khách hàng.

VNPT Hà Nội thực hiện giao khoán địa bàn quản lý cho NVKT theo tuyến và khu vực theo định mức khối lượng thuê bao cho từng nhân viên và có cơ chế khuyến khích tiền lương theo số lượng máy tăng lên so với ban đầu, thực hiện phân phối tiền lương theo nguyên tắc làm bao nhiêu hưởng bấy nhiêu, làm càng nhiều thì chế độ thưởng khuyến khích càng nhiều, trong khi không hoàn thành nhiệm vụ thì sẽ bị xử lý theo quy định của đơn vị. chính vì vậy mà đã tạo động lực rất nhiều cho cán bộ công nhân viên hăng say làm việc.

VNPT Hà Nội đã có nhiều biện pháp nhằm nâng cao CLDV internet, từ đó ta thấy tốc độ tăng trưởng về thị phần rất tốt, số thuê bao internet băng rộng đến nay khoảng hơn 1.000.000 thuê bao. Mức tăng trưởng thuê bao bình quân là 11% trên năm.

1.5.3 Bài học kinh nghiệm cho VNPT địa bàn Bắc Giang

VNPT Hà Nội và VNPT Phú Thọ là 2 đơn vị đi đầu trong công tác nâng cao CLDV internet và đã thu lại được thành công rất lớn trong công tác này, qua đây có thể rút ra được bài học kinh nghiệm cho VNPT địa bàn Bắc Giang là:

- Bố trí lao động sao cho hợp lý nhất, phát huy năng lực tối đa của mỗi cán bộ công nhân viên trong đơn vị, bố trí đúng người đúng việc, đi liền với tổ chức cơ cấu hợp lý đảm bảo giúp rút ngắn thời gian sự cố thuê bao.
- Vận dụng cơ chế khen thưởng, kỷ luật rõ ràng. Từ đó tạo động lực thúc đẩy cho cán bộ công nhân viên làm việc.
- Cải tiến, sửa đổi các quy trình cung cấp dịch vụ, chăm sóc khách hàng, quy trình xử lý sự cố qua đó làm tăng độ hài lòng của khách hàng và nâng cao hình ảnh vị thế của đơn vị trong mắt khách hàng.
- Tăng cường các hoạt động đầu tư, phát triển mở rộng hạ tầng mạng lưới, nâng cao năng lực phục vụ trên địa bàn Bắc Giang.

Từ những kinh nghiệm trên đây thì VNPT Bắc Giang cần rút ra bài học kinh nghiệm cho mình để có những thay đổi phù hợp với thực tế tình hình tại đơn vị mình,

từ đó dần dần từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ internet trên địa bàn mình một cách hiệu quả và vì mục tiêu phát triển trong tương lai.

KẾT LUẬN CHƯƠNG I

Chương 1 là hệ thống lại cơ sở lý luận liên quan đến chất lượng và chất lượng dịch vụ, các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ và nêu ra khái niệm cũng như các đặc điểm của dịch vụ internet. Trong chương sẽ nêu rõ một số yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ internet và bài học kinh nghiệm tại một số đơn vị trong hoạt động nâng cao chất lượng nhằm từng bước xây dựng và khẳng định thương hiệu trong xu thế hội nhập và cạnh tranh gay gắt hiện nay. Nội dung chương 1 đã trình bày đầy đủ về mặt cơ sở lý luận để làm nền tảng cho việc nghiên cứu ở chương 2.

Chương 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET TẠI VNPT ĐỊA BÀN BẮC GIANG

2.1 Giới thiệu chung về VNPT địa bàn Bắc Giang

Chương 2 giới thiệu tổng quan về VNPT địa bàn Bắc Giang, đồng thời trên cơ sở lý luận của chương 1 để đi sâu vào nghiên cứu hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang.

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của VNPT Bắc Giang

VNPT địa bàn Bắc Giang, trước kia là tiền thân là Bưu điện tỉnh Bắc Giang với bề dày lịch sử truyền thống.

Trụ sở chính tại: Số 34 Nguyễn Thị Lưu – P. Trần Phú – TP. Bắc Giang

Ngày 6/12/2007, Hội đồng Quản trị Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam đã có quyết định số 593/QĐ-TCCB/HĐQT về việc chính thức thành lập Viễn thông Bắc Giang.

Kể từ ngày 1/1/2008, Viễn thông Bắc Giang chính thức được thành lập và bắt đầu đi vào hoạt động độc lập. Tuy nhiên, mạng lưới của VNPT địa bàn Bắc Giang đã là một mạng lưới rộng khắp, được khởi nguồn xây dựng từ rất lâu. Bởi lẽ, tiền thân

của VNPT địa bàn Bắc Giang là Bưu điện tỉnh Bắc Giang với bề dày lịch sử truyền thống.

Trên cơ sở tổ chức lại các đơn vị kinh doanh dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin và các đơn vị trực thuộc khác của Bưu điện tỉnh Bắc Giang sau khi thực hiện phương án chia tách bưu chính viễn thông trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

VNPT địa bàn Bắc Giang là đơn vị kinh tế trực thuộc, hoạch toán phụ thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam. Có chức năng hoạt động sản xuất kinh doanh và phục vụ chuyên ngành VT – CNTT như sau:

- Tổ chức, xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng viễn thông trên địa bàn toàn tỉnh.
- Tổ chức, xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng viễn thông trên địa bàn toàn tỉnh.
- Tổ chức sản xuất, kinh doanh, cung ứng, đại lý vật tư, thiết bị VT – CNTT theo yêu cầu sản xuất kinh doanh của đơn vị và nhu cầu của khách hàng.
- Khảo sát, tư vấn, lắp đặt, bảo dưỡng các công trình VT – CNTT.
- Kinh doanh bất động sản, cho thuê văn phòng.
- Tổ chức phục vụ thông tin đột xuất theo yêu cầu của cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương và cấp trên.
- Kinh doanh các ngành nghề khác khi được Tập đoàn cho phép.

Là ngành sản xuất kinh doanh có vị trí quan trọng đặc biệt trong nền kinh tế Quốc dân, Viễn thông Việt Nam đã có sự đóng góp to lớn cho sự phát triển kinh tế xã hội an ninh, quốc phòng, nâng cao dân trí.

Trong thời kỳ xây dựng đất nước, đặc biệt là trong thời đại CNTT phát triển nhảy vọt như hiện nay, với phương châm đi tắt đón đầu, tiến thẳng vào công nghệ hiện đại, ngành Viễn thông đã tạo được bước đi vững chắc, với tốc độ phát triển nhảy vọt, hòa nhập và tiến kịp ngành Viễn thông với các nước trong và ngoài khu vực. Tiếp nối và phát huy truyền thống sử vàng của ngành Viễn thông Bắc Giang ngày nay cũng lớn mạnh và phát triển không ngừng cả về chất và lượng. Đóng góp tích cực cho sự nghiệp xây dựng và phát triển của quê hương văn hiến cách mạng.

Hòa nhập với sự phát triển đi lên của đất nước, dưới sự lãnh đạo trực tiếp của Tỉnh ủy, UBND tỉnh, thực hiện chiến lược tăng tốc của ngành, với tư tưởng chỉ đạo của lãnh đạo ngành Viễn thông tỉnh là đoàn kết, đổi mới đi lên, nắm bắt thời cơ, khai thác phát huy mọi nguồn lực, nội lực. Tranh thủ sự hợp tác giúp đỡ của trung ương và đồng nghiệp, đi tắt đón đầu, tiến vào công nghiệp hiện đại. Tập thể cán bộ, công nhân viên toàn ngành đã phát huy sáng kiến, cải tiến khoa học- kỹ thuật, đổi mới công tác quản lý sản xuất. Phong trào phụ nữ giỏi việc nước, đảm việc nhà. Phong trào xây dựng điểm văn hóa xã đáp ứng tốt yêu cầu phục vụ thông tin liên lạc của nhân dân, và nhiệm vụ chính trị của địa phương.

Ngành Viễn thông từ những tổng đài ban đầu đơn giản được nâng dần lên tổng đài tự động cơ điện, đến nay là Tổng đài kỹ thuật số hiện đại hoàn toàn tự động. Hệ thống truyền dẫn từ chỗ thiết bị đơn giản, lạc hậu đã được nâng dần lên bằng những thiết bị vi-ba, sử dụng kỹ thuật số. Và đến nay, đã được hiện đại hóa cáp quang vòng rinh trên toàn tỉnh, sử dụng công nghệ kỹ thuật số hiện đại, đảm bảo chất lượng truyền dẫn tuyệt đối đến tất cả các huyện, thành phố, và thông tin liên lạc thông suốt trong nước và quốc tế. Mạng ngoại vi cũng không ngừng mở rộng, mạng cáp quang thuê bao từ dung lượng nhỏ cáp treo, nay dung lượng cáp đã được tăng lên đến tận các thôn xóm. Ở trong nội thị xã và các thị trấn, mạng cáp đã đến được 100% thôn xóm, đáp ứng yêu cầu lắp đặt internet cho nhân dân. Đặc biệt số lượng người dân sử dụng internet ở khu vực nông nghiệp nông thôn lên khá nhanh. Đến nay, 90% số thôn trong tỉnh đều đã có cáp quang internet chạy qua. Cùng với việc mở rộng thị trường internet thì VNPT địa bàn Bắc Giang cũng đã chú ý phát triển mạnh mạng điện thoại di động, phủ sóng trên phạm vi toàn địa bàn.

Trong giai đoạn hiện nay, khi Việt Nam đang ngày càng khẳng định vị thế của mình trên Thế giới, khi mối liên kết, giao lưu giữa Việt Nam và các nước trên thế giới đang ngày càng được thắt chặt thì VNPT địa bàn Bắc Giang càng trở thành một mắt xích liên lạc quan trọng giữa Việt Nam với bạn bè quốc tế. Hơn thế nữa, VNPT địa bàn Bắc Giang còn là nhịp cầu nối tình cảm không thể thiếu của nhân dân Bắc Giang với nhân dân khắp các miền đất nước. VNPT địa bàn Bắc Giang hôm nay càng nhận

thức rõ nhiệm vụ trọng yếu trong kinh doanh và phục vụ của mình. Sự kiện chính thức thành lập VNPT địa bàn Bắc Giang đã đánh dấu một bước ngoặt quan trọng trong sự phát triển của Viễn thông. Với vị trí hoạt động độc lập như hiện nay, VNPT địa bàn Bắc Giang có khả năng nhận biết rõ hơn thế mạnh, hạn chế của mình để tìm ra những giải pháp cụ thể, sát với điều kiện kinh doanh trong môi trường cạnh tranh, đó chính là cơ hội để được cạnh tranh lành mạnh, hoàn toàn phù hợp với xu thế phát triển của nền kinh tế nước ta hiện nay.

Tiếp nối truyền thống của ngành Bưu điện tỉnh Bắc Giang, VNPT địa bàn Bắc Giang hôm nay đang bước những bước đi đầu tiên nhưng không hề chập chững. Tập thể cán bộ công nhân viên VNPT địa bàn Bắc Giang rất vinh dự và tự hào vì được kế thừa và phát huy những thành quả to lớn của ngành Bưu điện Tỉnh Bắc Giang. Với tiềm năng to lớn đó, bằng sự năng động, sáng tạo của mỗi người, bằng sức mạnh của sự đoàn kết, tập thể CBCNV VNPT địa bàn Bắc Giang đang quyết tâm xây dựng mạng lưới viễn thông trên địa bàn Bắc Giang phát triển hiện đại và bền vững, góp phần đưa Bắc Giang xứng ngang tầm với khu vực và trên thế giới.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức của VNPT địa bàn Bắc Giang

VNPT địa bàn Bắc Giang hoạt động trên toàn tỉnh Bắc Giang. Vì vậy để đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả cao, cơ cấu tổ chức bộ máy của VNPT Bắc Giang được chia thành 3 khối chính như sau:

- **Khối văn phòng:** Là khối đầu não của VNPT Bắc Giang gồm: Ban giám đốc, các phòng chức năng có nhiệm vụ tổ chức, quản lý điều hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị. Chịu trách nhiệm chính về mọi mặt báo cáo với Tập đoàn bưu chính viễn thông Việt Nam. Bao gồm:

- Phòng nhân sự

Có nhiệm vụ giúp Giám đốc quản lý, điều hành các công tác thuộc lĩnh vực tổ chức, cán bộ, lao động, tiền lương, đào tạo, chính sách xã hội, bảo hộ lao động, công tác bảo vệ chính trị nội bộ.

- Phòng kế hoạch - kế toán

Có nhiệm vụ chức năng giúp Giám đốc điều hành các công tác thuộc lĩnh vực tài chính, kế toán, thống kê theo quy định của Luật kế toán, Luật thống kê, chuẩn mực kế toán và các quy định của nhà nước, của Tập đoàn Bưu chính – Viễn thông Việt Nam và của VNPT Bắc Giang. Công tác xây dựng, triển khai chiến lược, kế hoạch sản xuất kinh doanh, cân đối các nguồn vốn phục vụ cho mục tiêu phát triển sản xuất kinh doanh của Tập đoàn và của đơn vị mình.

- Phòng kỹ thuật - đầu tư

Có chức năng nhiệm vụ giúp Giám đốc quản lý, điều hành trong lĩnh vực khoa học công nghệ, tổ chức, quy hoạch, xây dựng quản lý mạng lưới và các dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin. Lĩnh vực đầu tư – xây dựng cơ bản, các hoạt động liên quan đến dự án, công trình, tư vấn xây lắp từ nguồn vốn đầu tư phát triển, nguồn vốn sửa chữa tài sản và các nguồn vốn khác, công tác định mức kinh tế kỹ thuật, hợp đồng BTS, ITS theo quy định của Tập đoàn và của VNPT Bắc Giang.

- **Khối kỹ thuật:** Có nhiệm vụ quản lý, bảo dưỡng, khai thác mạng lõi, mạng truy nhập, triển khai lắp đặt, xử lý sự cố thuê bao, kênh riêng, các đường truyền Vip. Quản trị dữ liệu, các phần mềm, tổ chức kinh doanh các sản phẩm liên quan đến mảng công nghệ trên địa bàn, và lân cận, kiểm tra chất lượng cung cấp dịch vụ, kinh doanh mạng lưới viễn thông theo từng khu vực hành chính của từng đơn vị. Khối kỹ thuật bao gồm 12 trung tâm trực thuộc VNPT Bắc Giang là:

- Trung tâm Điều hành Thông tin:

Có vai trò xây dựng, quản lý, khai thác mạng lõi, điều hành chất lượng mạng, chất lượng cung cấp dịch vụ viễn thông, bảo dưỡng, sửa chữa thay thế các hệ thống chuyển mạch, truyền dẫn, mạng băng rộng, kênh thuê riêng và các thiết bị phụ trợ trên mạng lưới của VNPT địa bàn Bắc Giang. Tổ chức thực hiện các biện pháp, phương án đảm bảo chỉ tiêu chất lượng cho các hệ thống và thiết bị viễn thông, là đầu mối phối hợp với các trung tâm huyện tổ chức triển khai công việc thường niên. Chịu trách nhiệm chính về đảm bảo thông tin liên lạc, xử lý ứng cứu sự cố toàn bộ hệ thống thiết bị viễn thông BTS, CSHT trên địa bàn VNPT tỉnh Bắc Giang.

- Trung tâm Công nghệ Thông tin:

Có vai trò quản trị mạng dữ liệu, các phần mềm, kết hợp tổ chức kinh doanh liên quan đến mảng công nghệ, là đầu mối phối hợp các trung tâm huyện triển khai thực hiện các phần mềm tập chung của tập đoàn, sản xuất các phần mềm kinh doanh bán cho các đơn vị bên ngoài VNPT Bắc Giang, hướng dẫn giải đáp, hỗ trợ về công nghệ thông tin cho các nhân viên địa bàn tại các trung tâm viễn thông khi cần thiết.

○ 10 trung tâm Huyện Thành Phố:

Là các đơn vị kinh tế trực thuộc VNPT Bắc Giang, có vai trò chức năng quản lý khai thác mạng ngoại vi, mạng truy nhập, lắp đặt, sửa chữa, cung cấp dịch vụ viễn thông trên địa bàn huyện. Bảo trì, bảo dưỡng thiết bị, xử lý sự cố CSHT các trạm BTS trên toàn huyện. Sản xuất kinh doanh, cung ứng vật tư trang thiết bị chuyên ngành, khảo sát tư vấn lắp đặt bảo dưỡng các công trình viễn thông. Tổ chức phục vụ thông tin theo yêu cầu của cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương và của cấp trên, trên địa bàn hoạt động của đơn vị.

- **Khối kinh doanh:** Là đơn vị kinh tế trực thuộc hoạch toán phụ thuộc Viễn thông Bắc Giang, có chức năng hoạt động sản xuất kinh doanh và phục vụ chuyên ngành viễn thông - công nghệ thông tin, cụ thể như sau:

- Tổ chức, quản lý kinh doanh và điều hành kênh bán hàng, cung cấp các sản phẩm, dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin – truyền thông – viễn thông giá trị gia tăng trên địa bàn Bắc Giang.
- Tổ chức quản lý và thực hiện các hoạt động tiếp thị, bán hàng, chăm sóc khách hàng, tuyên truyền, quảng cáo, duy trì và phát triển thương hiệu theo chiến lược kinh doanh của VNPT địa bàn Bắc Giang. Thực hiện xây dựng và quản lý thông tin dữ liệu về khách hàng của VNPT địa bàn Bắc Giang.
- Tổ chức phối hợp các đơn vị có liên quan của VNPT địa bàn Bắc Giang và các đối tác bên ngoài trong việc phát triển và tiêu thụ các sản phẩm, dịch vụ giá trị gia tăng đáp ứng nhu cầu của thị trường tiêu dùng.
- Tổ chức quản lý và thực hiện nghiệp vụ giá cước, tính cước theo quy định, thanh toán cước phí sử dụng dịch vụ, dịch vụ giá trị gia tăng...

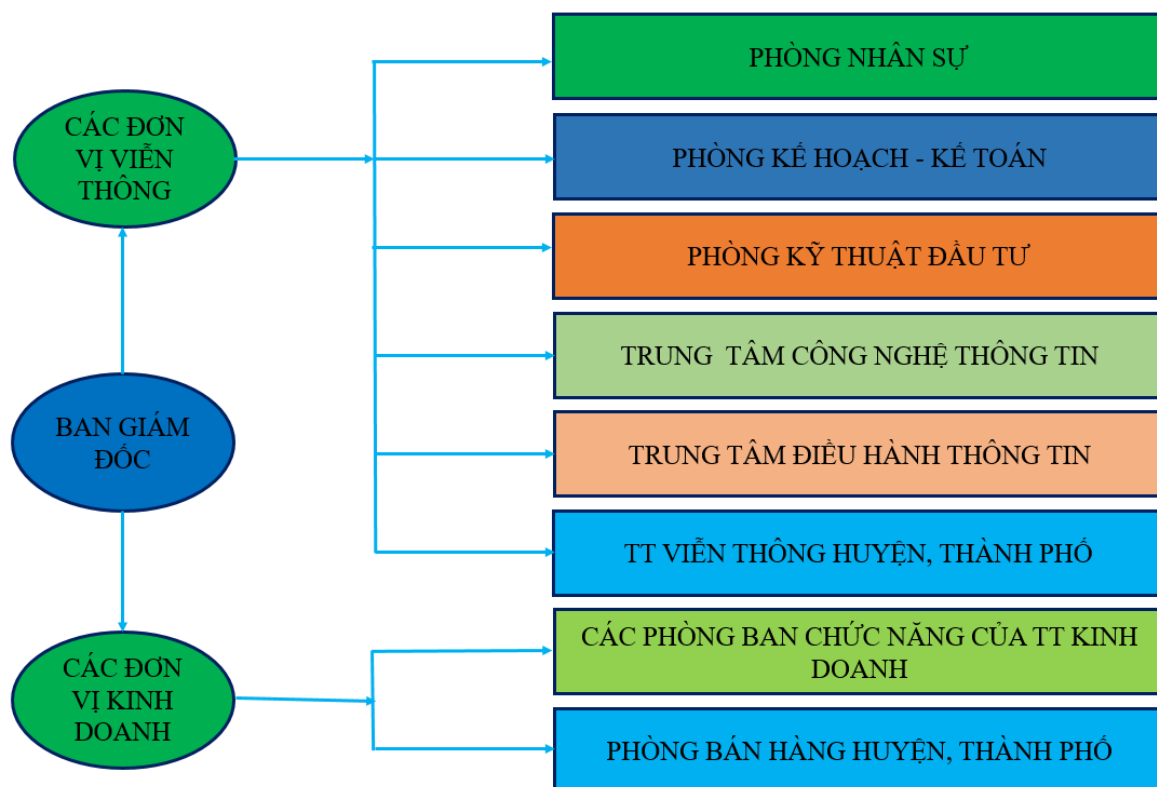
- Kinh doanh, cung ứng các loại vật tư, trang thiết bị chuyên ngành VT – CNTT nhằm mục đích phục vụ yêu cầu phát triển mạng lưới của VNPT địa bàn Bắc Giang và nhu cầu sử dụng dịch vụ của xã hội.

- Kinh doanh các ngành nghề khác trong phạm vi được VNPT địa bàn Bắc Giang cho phép và phù hợp với quy định của pháp luật.

Khối kinh doanh cũng được chia làm 15 phòng chính gồm:

- Phòng nhân sự.
- Phòng kế hoạch - kế toán
- Phòng điều hành nghiệp vụ
- Phòng khách hàng tổ chức - doanh nghiệp
- Đài hỗ trợ khách hàng
- 10 phòng bán hàng nằm trên các huyện

Sơ đồ tổ chức của VNPT địa bàn Bắc Giang



Hình 2. 1: Sơ đồ tổ chức của VNPT địa bàn Bắc Giang

Nguồn: Phòng Nhân sự tổng hợp VNPT Bắc Giang

2.1.3 Chức năng nhiệm vụ

Chức năng: Hoạt động sản xuất, kinh doanh của VNPT Bắc Giang là vừa hoạt động kinh doanh vừa hoạt động công ích phục vụ sự chỉ đạo của Đảng, Nhà nước và chính quyền địa phương cụ thể như sau.

Về chức năng kinh doanh: VNPT Bắc Giang được Tập đoàn Bưu Chính Viễn thông Việt Nam giao quyền quản lý vốn và tài sản, đồng thời có trách nhiệm phát triển và bảo toàn vốn. Tổ chức quản lý, khai thác, điều hành phát triển mạng lưới và kinh doanh VT – CNTT theo phân cấp của Tập đoàn, đảm bảo thông tin liên lạc thông suốt cho khách hàng trong toàn tỉnh, kết nối với các tỉnh khác trong nước và các nước trên thế giới.

Về chức năng phục vụ: Luôn đảm bảo thông tin phục vụ sự chỉ đạo của các cơ quan Đảng, Nhà nước, chính quyền các cấp, phục vụ an ninh quốc phòng. Đây là nhiệm vụ chính trị rất to lớn của VNPT địa bàn Bắc Giang, góp phần thực hiện chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước là phục vụ thông tin trong toàn xã hội.

Nhiệm vụ: VNPT địa bàn Bắc Giang được Tập đoàn Bưu chính Viễn thông giao nhiệm vụ:

Tổ chức phát triển, xây dựng, lắp đặt, quản lý, vận hành, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng ngoại vi và cơ sở hạ tầng nhà trạm viễn thông trên địa bàn quản lý.

Tổ chức lắp đặt, sửa chữa, bảo trì, hỗ trợ kỹ thuật cho khách hàng sử dụng các dịch vụ VT - CNTT và truyền thông trên địa bàn quản lý theo yêu cầu. Thực hiện vận hành, khai thác bảo dưỡng, sửa chữa đối với hệ thống truyền dẫn, chuyển mạch, truyền tải thu gom, mạng truy nhập, mạng truyền dẫn nội tỉnh, mạng truyền tải thu gom, mạng chuyển mạch cố định nội tỉnh, mạng truy nhập hệ thống IPCC tại địa bàn quản lý trên cơ sở hợp đồng nội bộ với Tổng công ty VNPT- Net. Tổ chức bảo dưỡng, bảo trì mạng lưới viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông trên địa bàn được giao quản lý và thực hiện đảm bảo chất lượng mạng, chất lượng dịch vụ theo đúng cam kết với khách hàng, đối tác.

Tổ chức khảo sát, tư vấn, thiết kế, lắp đặt bảo dưỡng các công trình viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông theo yêu cầu.

Tổ chức kinh doanh các dịch vụ quảng cáo và cho thuê văn phòng, thiết bị, nhà trạm trên cơ sở nguồn lực hiện có của đơn vị. Tổ chức phục vụ và đảm bảo thông tin kịp thời an toàn cho các cơ quan Đảng, chính phủ và chính quyền địa phương theo yêu cầu.

VNPT địa bàn Bắc Giang chịu sự quản lý của Ủy ban nhân dân tỉnh Bắc Giang về chấp hành pháp luật, các hoạt động có liên quan đến yêu cầu, nhiệm vụ phát triển kinh tế, chính trị, xã hội của chính quyền địa phương.

Hoạt động kinh doanh chính của VNPT địa bàn Bắc Giang là kinh doanh các dịch vụ viễn thông như điện thoại cố định có dây và không dây, internet, kênh thuê riêng, mạng riêng ảo, truyền hình MyTV, các dịch vụ thông tin di động... Các dịch vụ CNTT gồm các phần mềm điều hành, quản lý văn bản VNPT-iOffice, phần mềm VNPT-HIS cho các bệnh viện, hệ thống một cửa VNPT-iGate, sổ liên lạc điện tử VnEdu... Nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin liên lạc cho mọi khách hàng, các doanh nghiệp trong toàn tỉnh thực hiện nhiệm vụ chính trị theo yêu cầu của Đảng bộ và chính quyền địa phương.

2.1.4 Các dịch vụ chủ yếu

Sản phẩm dịch vụ của VNPT địa bàn Bắc Giang là kết quả của chuỗi các hoạt động thống nhất trong toàn bộ dây truyền sản xuất. Sản phẩm sản xuất ra không chỉ là của tập thể công nhân viên người lao động trong VNPT địa bàn Bắc Giang mà còn là sự tham gia của các đơn vị trực thuộc của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam và của các doanh nghiệp Viễn thông khác mới tạo ra được sản phẩm hoàn chỉnh bao gồm Tổng công ty hạ tầng và các thành viên, Tổng công ty dịch vụ và các thành viên, Tổng công ty truyền thông và các thành viên...

Sản phẩm của VNPT Bắc địa bàn Giang là dịch vụ viễn thông làm thỏa mãn nhu cầu trao đổi của khách hàng. Sản phẩm không có phế phẩm và là sản phẩm tiêu dùng 1 lần. Do tính chất và đặc điểm riêng biệt của ngành VNPT địa bàn Bắc Giang luôn phải đảm bảo chất lượng và không có thứ phẩm và sai sót ở mức thấp nhất.

Hiện nay VNPT địa bàn Bắc Giang đang cung cấp dịch vụ bao gồm:

- Dịch vụ điện thoại cố định có dây: Đây là dịch vụ điện thoại cố định hữu tuyến có thể dùng cả cáp đồng và cáp quang để truyền tín hiệu, dịch vụ sử dụng công nghệ kỹ thuật số cho phép người dùng sử dụng dịch vụ liên lạc với mọi máy cố định và di động ở mọi nơi trên thế giới miễn sao là kết nối được với mạng điện thoại cố định của Việt Nam. Với loại hình dịch vụ này gồm có dịch vụ chính và các dịch vụ giá trị gia tăng như sau:

- Dịch vụ internet tốc độ cao: Đây là dịch vụ đang mang lại doanh thu cao cho VNPT địa bàn Bắc Giang. Đây là loại hình internet có dây có thể sử dụng trên đường truyền cáp đồng hoặc cáp quang tới nhà khách hàng, nhằm mục đích cung cấp dịch vụ internet tới khách hàng.

- Dịch vụ chính là cung cấp kết nối tới các website, server, máy chủ chứa thông tin mà khách hàng cần tìm kiếm.

- Dịch vụ giá trị gia tăng:

- ✓ Dịch vụ cung cấp hộp thư mail miễn phí.
- ✓ Dịch vụ cung cấp IP Public cho khách hàng sử dụng làm máy chủ, mail server...
- ✓ Dịch vụ truyền hình hội nghị qua đường truyền internet.

- Dịch vụ truyền hình MyTV: Là dịch vụ IPTV của VNPT, do Công ty Phát triển dịch vụ Truyền hình trực tiếp xây dựng và triển khai trên phạm vi toàn quốc với tên gọi thương mại MyTV, là sản phẩm của sự hội tụ, chỉ với một thiết bị đầu cuối, khách hàng có thể sử dụng rất nhiều dịch vụ khác nhau thông qua chiếc tivi. Truyền hình MyTV gồm 2 dịch vụ là:

- Dịch vụ chính: cung cấp hơn 200 kênh truyền hình với rất nhiều nội dung: phim, thể thao, tin tức, thời sự, ca nhạc, khám phá, các kênh đặc sắc trong nước và quốc tế. Ngoài các kênh truyền hình theo tiêu chuẩn SD (Standard Definition) thông thường, lần đầu tiên tại Việt Nam. Dịch vụ truyền hình MyTV cung cấp các kênh truyền hình theo tiêu chuẩn HD (High Definition).

- Dịch vụ giá trị gia tăng:

- ✓ Dịch vụ tạm dừng (Time shift TV - TSTV)

- ✓ Dịch vụ lưu trữ (Network Personal Video Recorder)
- ✓ Sóng phát thanh trực tuyến
- ✓ Truyền hình xem lại (TV on Demand)
- ✓ Kho phim truyện (gồm cả tính phí và miễn phí)
- ✓ Ca nhạc
- ✓ Karaoke
- ✓ Dịch vụ trò chơi
- ✓ Dịch vụ thông tin cần biết (T-Information)
- ✓ Dịch vụ tiếp thị truyền hình (T-Marketing)
- ✓ Dịch vụ chia sẻ hình ảnh (Media Sharing)
- ✓ Dịch vụ thể thao
- ✓ Dịch vụ tin tức
- ✓ Dịch vụ sức khỏe làm đẹp
- ✓ Dịch vụ đọc chuyện
- ✓ Dịch vụ quảng cáo (Advertising)
- Dịch vụ thuê kênh riêng: Là dịch vụ mạng dùng riêng phục vụ kết nối truyền hình tải dữ liệu cho các cơ quan, doanh nghiệp trên nền tảng hạ tầng kỹ thuật của VNPT.
 - Chia theo cấu trúc: gồm các hình thức như sau:
 - ✓ Kết nối điểm – điểm
 - ✓ Kết nối điểm – đa điểm
 - ✓ Kết nối đa điểm với nhau
 - Chia theo khu vực địa lý: gồm các hình thức như sau:
 - ✓ Kết nối nội hạt
 - ✓ Kết nối liên tỉnh
 - ✓ Kết nối quốc tế
 - Chia theo loại hình đường truyền kết nối: gồm các hình thức như sau:
 - ✓ Kết nối bằng đường truyền cáp đồng
 - ✓ Kết nối đường truyền cáp quang

✓ Kết nối qua vệ tinh

- Các dịch vụ công nghệ thông tin: Với thời đại 4.0 như hiện nay, xu thế cạnh tranh ngày càng gay gắt thì việc phát triển các dịch vụ ứng dụng CNTT trên nền tảng dịch vụ truyền thống ngày càng phong phú và đa dạng. Sau đây là một số dịch vụ CNTT và dịch vụ gia tăng tiêu biểu mà VNPT địa bàn Bắc Giang đang triển khai.

- ✓ Dịch vụ VNPT – His: cung cấp giải pháp phần mềm quản lý cho bệnh viện.
- ✓ Dịch vụ VnEdu: cung cấp giải pháp số liên lạc điện tử cho trường học.
- ✓ Dịch vụ VNPT – iGate: cung cấp hệ thống một cửa điện tử cho các đơn vị sự nghiệp.
- ✓ Dịch vụ VNPT – iOffice: hệ thống phần mềm điều hành và quản lý văn bản.
- ✓ Dịch vụ VNPT – Ivan: cung cấp hệ thống kê khai bảo hiểm online.
- ✓ Dịch vụ VNPT – CA: cung cấp giải pháp chữ ký số, kê khai thuế.
- ✓ Dịch vụ VNPT Meeting – Giải pháp kết nối truyền hình qua thiết bị đầu cuối.

- Các dịch vụ điện thoại di động: Gồm các dịch vụ trả trước và trả sau với các gói cước khác nhau và áp dụng theo từng khách hàng khác nhau. Dịch vụ chính là cung cấp khả năng liên lạc với các máy điện thoại trên thế giới, ngoài ra còn có các dịch vụ giá trị ra tăng đó là dịch vụ dữ liệu di động, dịch vụ nhạc chuông chờ, dịch vụ thông báo cuộc gọi nhỡ, dịch vụ bản tin thể thao, dịch vụ mobile TV, dịch vụ chia sẻ hình ảnh, các dịch vụ tiện ích, dịch vụ chuyển vùng quốc tế...

Đối với dịch vụ điện thoại di động hiện nay có thể nói là dịch vụ bao gồm nhiều dịch vụ GTGT nhất mà các nhà mạng đều hướng tới và phát triển mạnh mẽ.

2.1.5 Dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang

VNPT địa bàn Bắc Giang là đơn vị đi tiên phong trong chương trình đảm bảo quy hoạch về phát triển hạ tầng về viễn thông băng rộng đến năm 2025. Theo đó tới thiểu sẽ có 70 đến 80% người dùng internet băng rộng sẽ được sử dụng đường truyền

tối thiểu 60Mbps. Tốc độ này sẽ đảm bảo cho người dùng trải nghiệm mượt mà khi xem các chương trình giải trí trực tuyến bao gồm tải video, download, upload files...

Để thực hiện được điều này, Tập đoàn VNPT đã quyết định đầu tư xây dựng tuyến cáp quang quốc tế mới APG nhằm chấm dứt hiện tượng gián đoạn dịch vụ khi AAG gặp sự cố, tăng tốc độ kết nối internet quốc tế cho người dùng trong nước. VNPT cũng liên tục nâng cấp và bổ sung các đường truyền mới, gia tăng tuyến cáp quang khách để dự phòng các trường hợp khẩn cấp, khắc phục nhanh nhất các vấn đề phát sinh kỹ thuật. Vì vậy CLDV internet của VNPT đã hạn chế tối đa ảnh hưởng của các sự cố bất khả kháng như đứt cáp quang biển, giúp khách hàng kết nối liên tục, làm việc và giải trí một cách nhanh nhất.

Ngoài đáp ứng mọi nhu cầu dung lượng và tần suất sử dụng, gói cước FiberVNN còn hấp dẫn khách hàng bởi mức giá so với mặt bằng chung. Khách hàng đã có thể sử dụng gói internet 40Mbps. Khách hàng cũng có thể lựa chọn nhiều gói tốc độ cao như gói Home TV1 đến gói Home TV5 Supe, với băng thông từ 40Mbps đến 200Mbps, hoặc khách hàng có nhu cầu sử dụng gói HOME INTERNET với tốc độ cao từ gói Home 1 cho đến gói Home Net với băng thông từ 40Mbps đến 300Mbps.

Công nghệ kết nối tiên tiến của dịch vụ internet cũng tương thích với mọi thiết bị đầu cuối wifi, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận với các giải pháp internet kết nối vạn vật (IoT) phục vụ cuộc sống, công việc hay giải trí.

VNPT địa bàn Bắc Giang liên tục áp dụng nhiều chương trình ưu đãi cho khách hàng khi lắp đặt internet, bao gồm: Miễn phí 1 tháng khi đóng cước 6 tháng, miễn phí 2 tháng khi đóng cước 1 năm và tặng modem wifi.

Song song với các ưu đãi trên, nếu khách hàng lựa chọn gói conbo internet FiberVNN – Truyền hình MyTV, khách hàng sẽ có thêm hơn 200 kênh SD/HD đặc sắc như: HBO, Max by HBO, Fox Sports, Disney Channel, Cartoon Network, Fox Movies, Fox Life, Discovery Channel... Đặc biệt, Truyền hình MyTV có thể cài đặt trực tiếp trên Smart TV mà không cần đầu thu.

Nhằm phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, VNPT địa bàn Bắc Giang đã không ngừng triển khai các chương trình lắp đặt siêu tốc, rút ngắn thời gian đăng ký

và lắp đặt xuống thấp nhất. Chỉ cần gọi điện đến tổng đài hoặc đăng ký online, khách hàng sẽ được hỗ trợ lắp đặt trong 24h

Với lợi thế CSHT hàng đầu, dịch vụ internet sở hữu chất lượng cáp quang siêu tốc, ổn định, thông suốt trong cả nước và đi quốc tế.

2.1.6 Kết quả kinh doanh của VNPT Bắc Giang

Trong bối cảnh tình hình thị trường viễn thông cạnh tranh gay gắt như hiện nay, giá cước ngày càng giảm thì việc duy trì khách hàng hiện có và phát triển được khách hàng mới là một điều rất khó khăn đối với các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông nói chung và dịch vụ internet nói riêng. Việc cạnh tranh được diễn ra trên tất cả các mặt cung cấp đa dịch vụ, giá cước rẻ, chất lượng tốt thì khả năng cạnh tranh dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang bộc lộ một số điểm cần phải khắc phục về CLDV và đưa ra các giải pháp nâng cao CLDV do đơn vị cung cấp.

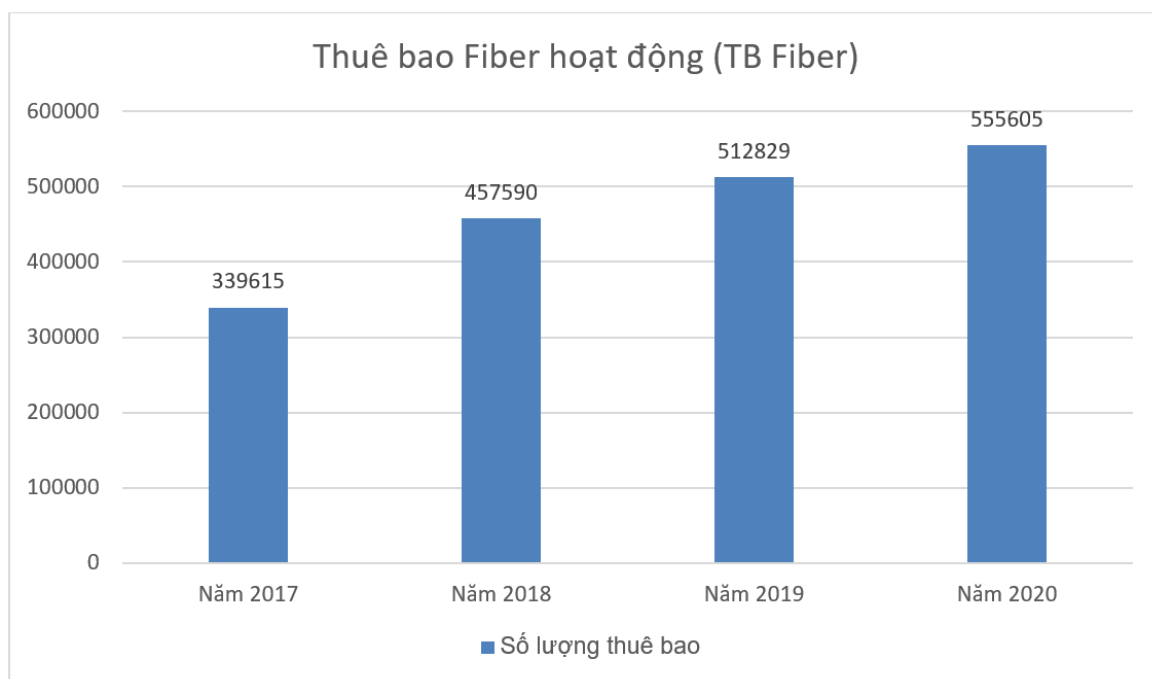
Thực trạng sản xuất kinh doanh dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang trong giai đoạn từ năm 2017 đến 2020 có những nét đáng chú ý sau:

Tăng trưởng thuê bao internet tăng và doanh thu của dịch vụ này được thể hiện trong **Bảng 2.1:**

Bảng 2. 1: Tăng trưởng thuê bao internet và doanh thu dịch vụ

Chỉ tiêu SXKD	Đơn vị tính	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Trung bình
Thuê bao hoạt động	TB	339.615	457.590	512.829	555.605	466.410
Mức tăng trưởng	%	31,45	34,74	12,07	8,34	18,38
Doanh thu	Triệu đồng	772.131	943.499	1.062.333	1.133.021	977.746
Mức tăng trưởng	%	42,07	22,19	12,59	6,65	13,18

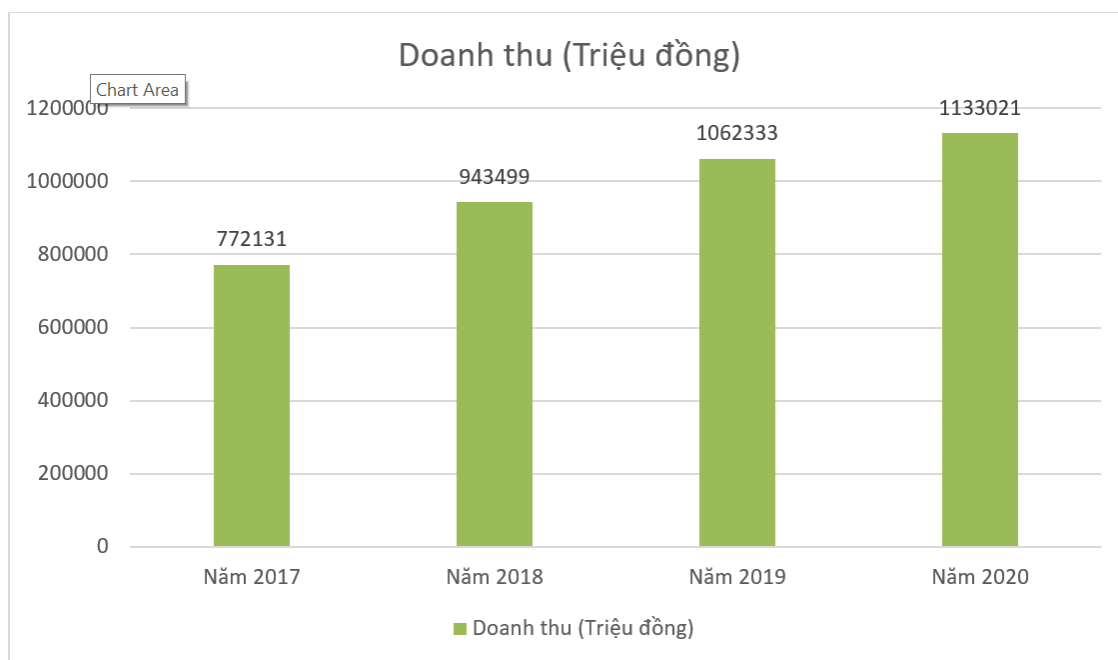
(Nguồn: Báo cáo máy có cước Trung tâm kinh doanh)



Hình 2. 2: Tăng trưởng thuê bao internet của VNPT Bắc Giang

(Nguồn: Báo cáo máy có cước Trung tâm kinh doanh)

Nhìn vào số liệu ở **Bảng 2.1** và **Hình 2.2** trên cho ta thấy tốc độ tăng trưởng thuê bao internet của VNPT Bắc Giang.



Hình 2. 3: Tốc độ tăng doanh thu dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang

(Nguồn: Báo cáo máy có cước Trung tâm kinh doanh)

Bảng 2. 2: Tỷ lệ thuê bao rời mạng dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang

Năm	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Thuê bao rời mạng	41.562	48.916	50.221	5.130
Thuê bao có cước	339.615	457.590	512.829	555.605
Tỷ lệ rời mạng	8,93%	9,16%	11,30%	9,13%

(Nguồn: Báo cáo máy có cước Trung tâm kinh doanh)

Bảng 2.2 cho ta thấy tỷ lệ thuê bao rời mạng tăng dần qua các năm, điều đó cho ta thấy CLDV và công tác chăm sóc khách hàng của VNPT địa bàn Bắc Giang có nhiều điều chưa thực sự chuyên nghiệp, vì vậy VNPT địa bàn Bắc Giang cần xây dựng chiến lược mới đầu tư đúng hướng và tìm cách giải quyết triệt để các vấn đề còn tồn tại, để nâng cao CLDV và chất lượng chăm sóc khách hàng.

2.2 Thực trạng chất lượng dịch vụ internet

2.2.1 Chất lượng dịch vụ theo đánh giá của khách hàng

Việc đánh giá chất lượng từ cảm nhận của khách hàng được Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang thực hiện liên tục trong các năm gần đây với các tiêu chí đo lường. Dựa trên các tiêu chí đánh giá, tác giả đã thực hiện việc đánh giá. Kết quả của việc đánh giá được thể hiện qua bảng dữ liệu sau.

Các biến quan sát để đo lường CLDV internet như sau:

✓ *Mức độ tin cậy:* Được đo bằng 7 biến quan sát với các nội dung đề cập đến CLDV internet mà VNPT địa bàn Bắc Giang đã cam kết.

- TC1: Thực hiện tất cả các cam kết có trong hợp đồng.
- TC2: Lắp đặt dịch vụ cho khách hàng đúng thời gian thông báo.
- TC3: Lắp đặt dịch vụ thành công ngay từ lần đầu.
- TC4: Thông tin về các gói cước là chính xác.
- TC5: Thông tin đến khách hàng một cách chính xác và kịp thời.
- TC6: Tính giá cước đúng quy định.
- TC7: Thực hiện đầy đủ các cam kết có trong khuyến mãi.

✓ *Khả năng đáp ứng*: Được đo bằng 7 biến quan sát với nội dung đề cập đến khả năng đáp ứng dịch vụ một cách nhanh nhất, sẵn sàng đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng.

- DU1: Yêu cầu tiếp nhận lắp đặt dịch vụ tại địa chỉ người sử dụng qua số điện thoại tổng đài luôn đáp ứng.
- DU2: Yêu cầu tiếp nhận lắp đặt dịch vụ tại các điểm giao dịch luôn sẵn sàng.
- DU3: Giao dịch viên nắm rõ quy trình nghiệp vụ cung cấp dịch vụ.
- DU4: Giao dịch viên sẵn sàng giúp đỡ và tiếp nhận yêu cầu trong mọi trường hợp từ khách hàng như là: xa trạm phát sóng, đường truyền không ổn định, chưa có hạ tầng...
- DU5: NVKT lắp đặt dịch vụ đến nơi lắp đặt luôn cố gắng liên hệ và gặp trực tiếp khách hàng để lắp đặt và hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ.
- DU6: Nhà mạng luôn cố gắng, thông báo kịp thời đến khách hàng nếu có vấn đề phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ.
- DU7: Trình độ và chuyên môn của cán bộ nhân viên luôn đáp ứng nhu cầu nhằm phục vụ khách hàng.

✓ *Năng lực phục vụ*: Được đo bằng 4 biến quan sát với nội dung đề cập đến khả năng cho khách hàng nhận thấy năng lực và sự lịch thiệp khi cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

- PV1: Khách hàng hoàn toàn tin tưởng khi thông tin cá nhân luôn được tôn trọng và giữ bí mật.
- PV2: Khách hàng luôn cảm thấy yên tâm khi sử dụng dịch vụ.
- PV3: Khách hàng hoàn toàn tin tưởng vào chất lượng và tốc độ đường truyền của dịch vụ internet.
- PV4: Khách hàng có thể đặt bất kỳ câu hỏi nào cho giao dịch viên để giao dịch viên hỗ trợ khách hàng một cách tốt nhất.

✓ *Mức độ thông cảm*: Được đo bằng 5 biến quan sát với nội dung đề cập đến khả năng mức độ có thể và khả năng giao tiếp, hiểu biết nhu cầu của khách hàng.

- TC1: Hệ thống tổng đài hoạt động tốt, luôn sẵn sàng phục vụ khách hàng 24/24h.
- TC2: Nhân viên kỹ thuật luôn hỗ trợ và xử lý sự cố nhanh chóng kịp thời đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- TC3: Nhân viên kỹ thuật luôn thể hiện sự kiên nhẫn, tôn trọng mọi yêu cầu tìm hiểu thông tin và sử dụng dịch vụ internet.
- TC4: Nhân viên luôn hiểu được những nhu cầu đặc biệt và lợi ích của khách hàng và cùng khách hàng tìm biện pháp tốt nhất để đáp ứng nhu cầu đó.
- TC5: Nhân viên được trang bị đầy đủ kiến thức chuyên môn sẵn sàng phục vụ khách hàng.

✓ *Chất lượng kỹ thuật:* được đo bằng 4 biến quan sát với nội dung được đề cập đến tải dữ liệu, lưu lượng sử dụng, dung lượng truy nhập.

- KT1: Tốc độ tải dữ liệu trung bình nội mạng website hoặc server của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ: $P_d \geq 0,8 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,8 V_{umax}$
- KT2: Tốc độ tải dữ liệu trung bình ngoại mạng website hoặc server không phải của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ: $P_d \geq 0,75 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,75 V_{umax}$
- KT3: Lưu lượng trung bình của mỗi hướng kết nối $\geq 0,75\%$
- KT4: Tỷ lệ dung lượng truy nhập bị ghi sai cước $\leq 0,1\%$

✓ *Phương tiện hữu hình:* Được đo bằng 3 biến quan sát với nội dung đề cập đến khả năng hiện diện của thiết bị, cơ sở vật chất và con người khi cung cấp dịch vụ.

- HH1: Đánh giá về các điểm giao dịch của VNPT Bắc Giang. Sạch sẽ, khang trang, đầy đủ biển hiệu, thông tin giới thiệu về dịch vụ giúp khách hàng thuận tiện và thoải mái trong khi giao dịch.
- HH2: Trang web thiết kế đẹp, chuyên nghiệp, có đầy đủ thông tin về dịch vụ mà khách hàng quan tâm.
- HH3: Đánh giá về các trang thiết bị hiện đại như máy tính, máy in, modem... sử dụng trong quá trình cung cấp dịch vụ.

✓ *Hình ảnh của dịch vụ internet:* Được đo bằng 4 biến quan sát với nội dung đề cập đến cảm nhận dịch vụ của khách hàng.

- HA1: Nhận diện thương hiệu ấn tượng.
- HA2: Dịch vụ internet uy tín chất lượng.
- HA3: Dịch vụ internet là cầu nối trao đổi giao lưu tình cảm, thông tin hàng hóa.

- HA4: Là dịch vụ cần thiết được nhiều người sử dụng.

✓ *Mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ:* Được đo bằng 3 biến quan sát với nội dung được đề cập đến sự hài lòng của khách hàng về sự phục vụ, hữu dụng và chất lượng.

- CL1: Hài lòng về CLDV internet.
- CL2: Hài lòng về sự hữu dụng của dịch vụ.
- CL3: Hài lòng về cung cách phục vụ.

✓ *Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ internet:* Được đo bằng 3 biến quan sát với nội dung đề cập đến sự hài lòng của khách hàng khi giới thiệu người sử dụng, trả cước và thỏa mãn dịch vụ.

- HL1: Luôn sử dụng dịch vụ của VNPT Bắc Giang.
- HL2: Luôn sẵn sàng bỏ tiền để sử dụng dịch vụ.
- HL3: Giới thiệu người khác sử dụng dịch vụ của VNPT Bắc Giang.

2.2.1.1 Đo lường đánh giá về 7 tiêu chí

1. Mức độ tin cậy

Bảng 2. 3: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Mức độ tin cậy”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
TC1	225	1	5	3,31	0,097
TC2	225	1	5	2,95	0,096
TC3	225	1	5	2,84	0,097
TC4	225	1	5	3,27	0,094
TC5	225	1	5	3,27	0,086

TC6	225	1	5	2,87	0,090
TC7	225	1	5	3,28	0,096
Trung bình	225	1	5	3,11	0,092

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến có giá trị trung bình từ 2,84 đến 3,31 và độ lệch chuẩn 0.092 cho ta thấy sự khác biệt không quá lớn trong các câu trả lời của khách hàng và khách hàng chưa thật sự hài lòng về “Mức độ tin cậy” của VNPT địa bàn Bắc Giang. Nguyên nhân chính ở đây là khi triển khai dịch vụ thì việc lắp đặt dịch vụ đến khách hàng được NVKT thực hiện không đúng thời gian quy định. Vì vậy đã làm cho khách hàng không hài lòng về dịch vụ internet mà VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp.

2. Khả năng đáp ứng

Bảng 2. 4: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Khả năng đáp ứng”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
DU1	225	1	5	2,84	0,072
DU2	225	1	5	3,34	0,076
DU3	225	1	5	3,36	0,072
DU4	225	1	5	2,87	0,066
DU5	225	1	5	3,22	0,067
DU6	225	1	5	2,83	0,074
DU7	225	1	5	2,81	0,079
Trung bình	225	1	5	3,04	0,072

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến có giá trị trung bình từ 2,81 đến 3,36 và độ lệch chuẩn 0,072, cho ta thấy sự khác biệt không quá lớn trong các câu trả lời của khách hàng và khách hàng

chưa thật sự hài lòng về “Khả năng đáp ứng” của VNPT địa bàn Bắc Giang. Nguyên nhân do trong khi triển khai dịch vụ khách hàng chưa thật sự hài lòng về năng lực chuyên môn của một số cán bộ công nhân viên chưa được chuyên nghiệp do đó làm cho khách hàng cảm thấy chưa thực sự hài lòng.

3. Năng lực phục vụ

Bảng 2. 5: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Năng lực phục vụ”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Gí trị trung bình	Độ lệch chuẩn
PV1	225	1	5	3,28	0,076
PV2	225	1	5	3,26	0,072
PV3	225	1	5	2,94	0,086
PV4	225	1	5	2,98	0,078
Trung bình	225	1	5	3,12	0,078

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến có giá trị trung bình từ 2,94 đến 3,28 và độ lệch chuẩn 0.078 cho ta thấy sự khác biệt không quá lớn trong các câu trả lời của khách hàng và khách hàng chưa thật sự hài lòng về “Năng lực phục vụ” của VNPT địa bàn Bắc Giang. Nguyên nhân chính ở đây là khi triển khai dịch vụ, việc lắp đặt dịch vụ đến khách hàng được NVKT thực hiện không đúng thời gian đã thông báo. Nhiều trường hợp trễ thời gian dài so với thời gian cam kết đã thông báo tới khách hàng, vì vậy đã làm cho khách hàng không hài lòng về dịch vụ mà VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp.

4. Mức độ thông cảm

Bảng 2. 6: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Mức độ thông cảm”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Gí trị trung bình	Độ lệch chuẩn
-------------	----------------------------	-------------------------	-------------------------	--------------------------	----------------------

TC1	225	1	5	3,19	0,083
TC2	225	1	5	2,75	0,072
TC3	225	1	5	2,86	0,086
TC4	225	1	5	3,22	0,084
TC5	225	1	5	2,88	0,089
Trung bình	225	1	5	2,98	0,083

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến “Mức độ thông cảm” có giá trị trung bình từ 2,75 đến 3,19 và độ lệch chuẩn 0,083, cho thấy không có sự khác biệt quá lớn trong các câu trả lời và khách hàng chưa thật sự hài lòng về yếu tố “Mức độ thông cảm” của VNPT địa bàn Bắc Giang, nguyên nhân là biến “Hệ thống tổng đài hoạt động tốt, luôn sẵn sàng phục vụ khách hàng 24/24h” và “Nhân viên kỹ thuật của VNPT địa bàn Bắc Giang luôn hỗ trợ, xử lý sự cố nhanh chóng kịp thời đáp ứng yêu cầu khách hàng” khách hàng đánh giá chưa hài lòng do nhiều trường hợp khách hàng gọi điện hỗ trợ kỹ thuật thì chưa nhận được sự hỗ trợ kịp thời và đúng yêu cầu của khách hàng, do đó làm cho khách hàng không hài lòng về dịch vụ mà VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp.

5. Chất lượng kỹ thuật

Bảng 2. 7: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Chất Lượng kỹ thuật”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
KT1	225	1	5	3,37	0,076
KT2	225	1	5	3,28	0,072
KT3	225	1	5	3,31	0,086
KT4	225	1	5	3,14	0,078
Tung bình	225	1	5	3,28	0,078

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến “Chất lượng kỹ thuật” có giá trị trung bình từ 3,14 đến 3,37 và độ lệch chuẩn 0,078, cho ta thấy sự khác biệt không quá lớn trong câu trả lời của khách hàng và khách hàng chưa hài lòng về “Chất lượng kỹ thuật” của VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp.

6. Phương tiện hữu hình

Bảng 2. 8: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Phương tiện hữu hình”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Gí trị trung bình	Độ lệch chuẩn
HH1	225	1	5	3,33	0,079
HH2	225	1	5	2,93	0,070
HH3	225	1	5	3,32	0,072
Tung bình	225	1	5	3,19	0,074

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến “Phương tiện hữu hình” có giá trị trung bình từ 3,19 đến 3,33 và độ lệch chuẩn 0,074, cho thấy không có sự khác biệt quá lớn trong các câu trả lời và khách hàng hài lòng về yếu tố “Phương tiện hữu hình” của VNPT địa bàn Bắc Giang.

7. Hình ảnh dịch vụ

Bảng 2. 9: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Hình ảnh dịch vụ”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Gí trị trung bình	Độ lệch chuẩn
HA1	225	1	5	3,38	0,076
HA2	225	1	5	3,3	0,072
HA3	225	1	5	2,85	0,086

HA4	225	1	5	3,34	0,078
Tung bình	225	1	5	3,22	0,078

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến “Hình ảnh của dịch vụ” có giá trị trung bình từ 2,85 đến 3,38 và độ lệch chuẩn 0,078, cho thấy không có sự khác biệt quá lớn trong các câu trả lời và khách hàng chưa thật sự hài lòng về yếu tố “Hình ảnh của dịch vụ” của VNPT địa bàn Bắc Giang, nguyên nhân chính là yếu tố “Nhận diện thương hiệu dịch vụ internet đẹp, ấn tượng” chưa được khách hàng đánh giá cao, điều này do khách hàng chưa đánh giá cao nhận diện thương hiệu dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang, do đó làm cho khách hàng chưa thực sự hài lòng về dịch vụ internet mà VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp.

2.2.1.2 Đánh giá tổng quan về cảm nhận của khách hàng với chất lượng dịch vụ

Sau khi đánh giá cảm nhận của khách hàng về 7 khía cạnh của chất lượng dịch vụ internet, Trung tâm Kinh doanh VNPT địa bàn Bắc Giang phân tích kết quả của biến “Mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ internet”

Bảng 2. 10: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ internet”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
CN1	225	1	5	2,93	0,076
CN2	225	1	5	3,32	0,072
CN3	225	1	5	3,01	0,086
Trung bình	225	1	5	3,09	0,078

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến “Mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ Internet” có giá trị trung bình từ 2,93 đến 3,32 và độ lệch chuẩn 0,078, cho thấy không có sự khác biệt quá lớn trong các câu trả lời và khách hàng chưa thật sự hài lòng về yếu tố “Mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ Internet” của VNPT địa bàn Bắc Giang, nguyên nhân là khách hàng chưa cảm thấy hài lòng về phong cách phục vụ của dịch vụ internet mà VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp.

Bảng 2. 11: Phân tích giá trị trung bình tiêu chí “Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ”

Biến	N (Số quan sát)	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Gí trị trung bình	Độ lệch chuẩn
HL1	225	1	5	2,94	0,086
HL2	225	1	5	3,27	0,093
HL3	225	1	5	3,31	0,086
Trung bình	225	1	5	3,36	0,072

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS, 2020)

Các biến “Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ Internet” có giá trị trung bình từ 2,94 đến 3,36 và độ lệch chuẩn 0,093, cho thấy không có sự khác biệt quá lớn trong các câu trả lời và khách hàng chưa thật sự hài lòng về yếu tố “Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ Internet” của VNPT địa bàn Bắc Giang, nguyên nhân là khách hàng chưa cảm thấy hài lòng về phong cách làm việc của nhân viên, chất lượng dịch vụ internet mà VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp.

2.2.2 Thống kê chất lượng dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang

+ Chất lượng về kỹ thuật

Với CSHT của doanh nghiệp: địa điểm giao dịch thuận lợi được phân bổ rộng khắp trên toàn địa bàn, trang thiết bị máy móc hiện đại, tiện nghi sẽ tạo cảm giác tin tưởng, thoải mái cho khách hàng, do đó cũng có xu hướng đánh giá cao CLDV. Ngoài ra CSHT cũng tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên phục vụ, cung cấp CLDV cho

khác hàng được tốt hơn. Trang thiết bị và công nghệ là một trong những yếu tố quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất và chất lượng của sản phẩm. Chính vì vậy nó có ảnh hưởng lớn đến CLDV và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có trang thiết bị máy móc, công nghệ hiện đại sẽ cho phép doanh nghiệp tăng năng suất, tăng CLDV của sản phẩm.

Đối với nguồn vốn là một nhân tố không thể thiếu trong quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời nó cũng là một nhân tố quyết định đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có quy mô tài chính lớn, khả năng huy động vốn cao, chi phí huy động vốn thấp, phân bổ và sử dụng hiệu quả nguồn vốn, cơ cấu tài chính hợp lý thì sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp theo đuổi những chiến lược lâu dài và dành được thắng lợi cao.

Năng lực mạng lưới internet của VNPT địa bàn Bắc Giang được thể hiện qua

Bảng 2.12

Bảng 2. 12: Năng lực mạng lưới internet của VNPT địa bàn Bắc Giang

Hạ tầng	Số lượng thiết bị	Khả năng đáp ứng
Mạng core (MAN-E)	04	1.600 Gigabite
Mạng access (MAN-E)	28	1.100 Gigabite
Switch truy nhập	1.200	90.000 TB
Thiết bị truy nhập quang thụ động	689	60.000 TB
Hệ thống cáp quang	Khoảng 300 km cáp trực và hơn 10.000 km cáp truy nhập	Phủ khoảng 82% địa bàn

(Nguồn: Phòng Kỹ thuật đầu tư VNPT Bắc Giang)

Hiện nay hệ thống truyền dẫn của VNPT Bắc Giang sử dụng 100% cáp quang, hệ thống cáp quang được kéo đến tất cả 10 Huyện, Thành phố trên địa bàn Tỉnh. Hầu hết các tuyến cáp quang đều được đấu theo vòng ring, có khả năng dự phòng cao và đảm bảo an toàn cao trong vận hành tuyến cáp. VNPT địa bàn Bắc Giang có thể nói

là đơn vị có hệ thống mạng lưới cáp quang hoàn chỉnh và rộng khắp toàn Tỉnh so với các nhà cung cấp dịch vụ khác. Tuy nhiên về khả năng đáp ứng mới đạt được khoảng 80% địa bàn, có nhiều nơi vẫn chưa cung cấp được dịch vụ đặc biệt là xã của các huyện miền núi như Yên Thế, Lục Nam, Lục Ngạn, Sơn Động. Đây là những nơi mà tiềm năng phát triển còn cao nên cần đầu tư CSHT để đáp ứng nhu cầu sử dụng internet của nhân dân trên địa bàn.

Hệ thống MAN-E hiện đại, lưu lượng cao, khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng là rất tốt với mức độ tăng trưởng 13% năm trong thời gian qua thì việc đầu tư, nâng cấp thiết bị là hoàn toàn cần thiết, ngoài ra các dịch vụ GTGT ngày càng thiếu thì việc nâng cấp và đầu tư thêm là hết sức cần thiết.

Với năng lực phục vụ của hệ thống thiết bị truy nhập hiện tại hiệu suất chưa cao cho ta thấy công tác tiếp thị sản phẩm, phát triển thị trường tại các điểm đã có khả năng còn đuối do vậy cần đẩy mạnh công tác tiếp thị, giới thiệu sản phẩm đi liền với nó là đầu tư thêm hạ tầng cáp quang tại các điểm mà hiệu suất sử dụng chưa cao.

VNPT nói chung và VNPT đại bàn Bắc Giang nói riêng hiện tại đang sử dụng công nghệ truy cập internet khá hiện đại, bắt kịp với xu thế của thế giới. đặc biệt công nghệ internet, ngoài phần mạng lõi và các thiết bị truy nhập vẫn phải mua của các hãng ở nước ngoài. Chúng ta đã sản xuất được thiết bị đầu cuối do đó chúng ta có lợi thế về việc không phải mua thiết bị đầu cuối, giảm chi phí và dễ dàng trong công tác bảo hành, nâng cấp, sửa chữa... từ đó chúng ta có thêm vốn để đầu tư vào hệ thống mạng đường trục đi nội địa trong nước và quốc tế.

► *Tiêu chuẩn ngành*

Thông qua số liệu báo cáo của VNPT địa bàn Bắc Giang, số liệu chủ yếu của Trung tâm Kinh Doanh và Trung tâm CNTT theo các tiêu chuẩn của Bộ Thông tin và Truyền thông có các kết quả đánh giá như trong bảng (**Bảng 2.13**) dưới đây:

Bảng 2. 13: Đánh giá chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật của VNPT địa bàn Bắc Giang

STT	Chỉ tiêu chất lượng	QC 34:2014/ BTTTT	Kết quả đo	Đánh giá
-----	---------------------	-------------------------	------------	----------

1	Tốc độ tải dữ liệu trung bình						
2	Tốc độ tải dữ liệu trung bình nội mạng						
	Gói cước	V _{dmax} (kbps)	V _{umax} (kbps)		P _d / V _{dmax}	P _u / V _{umax}	
		8292	8292	P _d ≥ 0,8 V _{dmax} P _u ≥ 0,8 V _{umax}	0,88	0,88	Phù hợp
		12286	12286		0,87	0,90	Phù hợp
		18632	18632		0,89	0,89	Phù hợp
		25621	25621		0,87	0,88	Phù hợp
3	Tốc độ tải dữ liệu trung bình ngoại mạng						
	Gói cước	V _{dmax} (kbps)	V _{umax} (kbps)		P _d / V _{dmax}	P _u / V _{umax}	
		8292	8292	P _d ≥ 0,75 V _{dmax} P _u ≥ 0,75 V _{umax}	0,86	0,88	Phù hợp
		12286	12286		0,80	0,89	Phù hợp
		18632	18632		0,78	0,90	Phù hợp
		25621	25621		0,90	0,86	Phù hợp
4	Lưu lượng sử dụng trung bình hướng kết nối						
	Hướng đi			≤ 70 %	3,45%		Phù hợp
	Hướng về			≤ 70 %	35.01%		Phù hợp
5	Tỷ lệ sai cước			≤ 0,1 %	0,027%		Phù hợp

(Nguồn: Trung tâm Kinh Doanh và Trung tâm CNTT VNPT Bắc Giang)

Kết quả đo ở **Bảng 2.13**, cho thấy các chỉ tiêu kỹ thuật đều phù hợp theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông đề ra, tuy nhiên đây chỉ là kết quả tại một thời điểm nhất định chứ không phản ánh toàn bộ chất lượng dịch vụ Internet tại mọi thời điểm. Với chỉ tiêu lưu lượng sử dụng trung bình hướng kết nối qua quan sát thấy rằng đạt yêu cầu, tuy nhiên nếu xét lúc giờ cao điểm sử dụng dịch vụ (khoảng 18h – 22h) trong ngày thì chỉ tiêu lưu lượng hướng về lại vượt (74,82%). Do đó tại thời

điểm này số lượng gọi điện đến tổng đài hỗ trợ dịch vụ phản ánh về chất lượng dịch vụ Internet cũng tăng lên.

Bảng 2. 14: Đánh giá các tiêu chí chất lượng phục vụ của VNPT địa bàn Bắc Giang

STT	Chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật	QC 34:2014/BT TTT	Kết quả đo	Đánh giá
1	Độ khả dụng của dịch vụ	$\geq 99,5 \%$	99,897 %	
2	Thời gian thiết lập dịch vụ			
	Số hợp đồng cung cấp dịch vụ trên đường dây có sẵn ≤ 1 ngày	$\geq 90\%$	100%	Phù hợp
	Số hợp đồng cung cấp trên đường dây kéo mới trong khu vực thành phố, trung tâm thị trấn ≤ 2 ngày		99,2%	Phù hợp
	Số hợp đồng cung cấp dịch vụ trên đường dây kéo mới trong khu vực làng, xã, khu công nghiệp ≤ 3 ngày		98,6 %	Phù hợp
3	Thời gian khắc phục kết nối			
	Khu vực thành phố, trung tâm thị trấn ≤ 24 h	$\geq 94\%$	100%	Phù hợp
	khu vực làng, xã, khu công nghiệp $0 \leq 36$ h		96,6%	Phù hợp
4	Khiếu nại khách hàng về CLDV (số khiếu nại/100 khách hàng/3 tháng)	$\leq 0,20$	0,06	Phù hợp

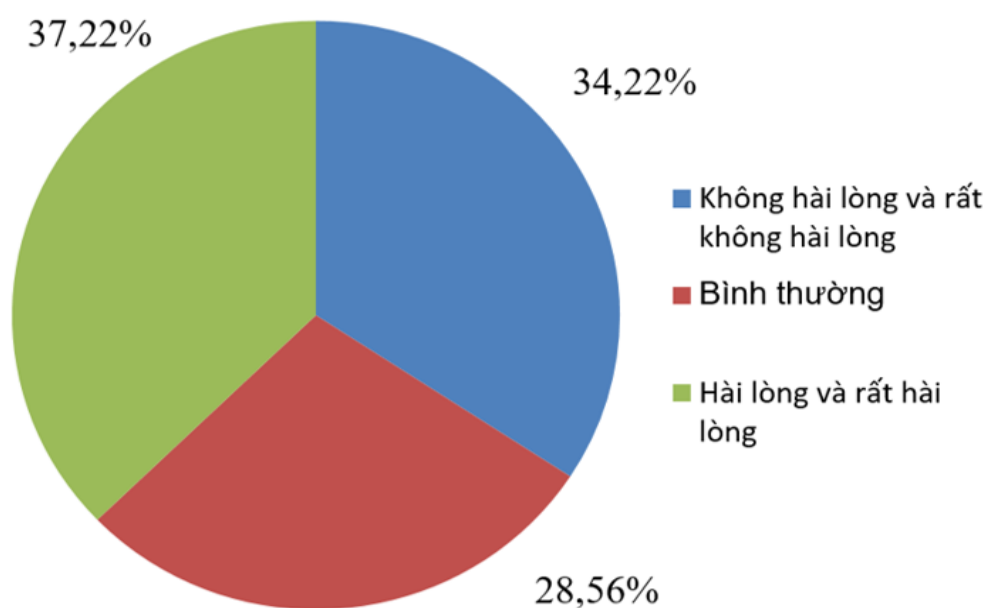
5	Hội âm khiếu nại khách hàng (tỷ lệ hội âm khiếu nại trong thời gian ≤ 2 ngày)	100%	100%	Phù hợp
6	Dịch vụ hỗ trợ khách hàng (tỷ lệ cuộc gọi tới dịch vụ hỗ trợ khách hàng thành công trong khoảng 60s)	$\geq 80\%$	96,8%	Phù hợp

(Nguồn: Trung tâm Kinh Doanh – VNPT Bắc Giang)

Vậy qua **Bảng 2.14** thu thập báo cáo đánh giá chất lượng mạng internet của VNPT địa bàn Bắc Giang, đa phần các chỉ tiêu đều đạt yêu cầu. Bên cạnh đó, vẫn có sự phản ánh của khách hàng về chất lượng dịch vụ và khách hàng chuyển sang dùng dịch vụ của nhà mạng khác. Do vậy, VNPT địa bàn Bắc Giang cần có những giải pháp kết hợp với các nghiên cứu điều tra khách hàng để có được những đánh giá xác thực hơn nữa về chất lượng dịch vụ của mình.

► **Đánh giá theo phiếu điều tra khách hàng**

Kết quả khảo sát chất lượng kỹ thuật (trung bình = 3,05), 37,22% khách hàng đánh giá cao, 28,56% khách hàng đánh giá trung bình và 34,22% khách hàng đánh giá thấp như trong **hình 2.4**



Hình 2. 4: Tổng quan về chất lượng kỹ thuật của dịch vụ internet

(Nguồn: Tổng hợp theo phiếu điều tra)

Để đánh giá chất lượng kỹ thuật dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang ta cần theo dõi trong **Bảng 2.15** và tổng hợp kết quả đưa ra.

Bảng 2. 15: Đánh giá của khách hàng đối với chất lượng kỹ thuật của dịch vụ Internet

Nội dung	Trung bình	Không hài lòng và rất không hài lòng	Bình thường	Hài lòng và rất hài lòng
1: Tốc độ tải dữ liệu trung bình nội mạng (với website/server của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,8 V_{dmax}$	2,81	43,6%	28,0%	28,4%
2: Tốc độ tải dữ liệu trung bình ngoại mạng (với website/server của không phải doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,75 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,75 V_{umax}$	2,92	39,5%	27,6%	32,9%
3: Lưu lượng trung bình của mỗi hướng kết nối $\leq 70\%$	3,29	24,9%	30,2%	44,9%
4: Tỷ lệ dung lượng truy nhập bị ghi sai cước $\leq 0,1\%$	3,18	28,9%	28,4%	42,7%
Trung bình	3,05	34,22%	28,56%	37,22%

(Nguồn: Kết quả điều tra)

Hai yếu tố được đánh giá cao đó là 3 (Lưu lượng trung bình của mỗi hướng kết nối $\leq 70\%$) trung bình là 3,29 và 4 (Tỷ lệ dung lượng truy nhập bị ghi sai cước $\leq 0,1\%$) trung bình là 3,18. Còn 2 yếu tố được đánh giá dưới trung bình đó là 1 (Tốc độ tải dữ liệu trung bình nội mạng (với website/server của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,8 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,8 V_{umax}$) trung bình 2,81 và 2 (Tốc độ tải dữ liệu

trung bình ngoại mạng (với website/server của không phải doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,75 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,75 V_{umax}$) trung bình là 2,92, mặc dù trong báo cáo đánh giá theo tiêu chuẩn ngành 2 yếu tố này đều đạt tiêu chuẩn, tuy nhiên trong cách tính của chỉ tiêu này đó là giá trị trung bình của băng thông trong một khoảng thời gian nhưng trong thực tế tại khung giờ cao điểm từ 18h – 22h hàng ngày thì giá trị băng thông tại thời điểm đó cao hơn giá trị trung bình nhiều lần, khoảng thời gian này cũng là thời gian mà khách hàng sử dụng dịch vụ nhiều nhất nên có thể dẫn tới tình trạng nghẽn băng thông do vậy ảnh hưởng tới đánh giá các chỉ tiêu này từ phía khách hàng thấp xuống. Vì vậy đòi hỏi doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cần có phương án nâng cấp tăng băng thông đảm bảo chống nghẽn cho khung giờ cao điểm.

2.3 Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang

2.3.1 Yếu tố bên trong

✓ Năng lực phân phối

Hệ thống và phương thức phân phối dịch vụ truyền thống của VNPT địa bàn Bắc Giang có các mặt hạn chế trong việc kích thích tiêu thụ mặt hàng dịch vụ viễn thông. Điều này chứng tỏ hiệu suất mạng truy nhập còn thấp, nguyên nhân chính của việc này là do công tác quản lý kênh phân phối cũng như các chế độ chính sách đối với các đại lý chưa linh hoạt, chưa phát huy được mọi tiềm năng của hệ thống này, hình thức phân phối của đơn vị chưa phong phú, các điểm bán hàng chưa thực sự được rộng khắp trên toàn địa bàn, chính vì vậy nó sẽ làm ảnh hưởng đáng kể đến khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng ở mọi lúc mọi nơi của đơn vị. Ngoài các điểm bán thì số lượng nhân viên chuyên làm công tác kinh doanh, phát triển thị trường còn thiếu, kiến thức chuyên môn về kinh doanh, tiếp thị bán hàng còn hạn chế so với các đối thủ cạnh tranh trên địa bàn.

✓ Trình độ và chất lượng nguồn nhân lực

Nhân lực là yếu tố có ý nghĩa quan trọng đến sự thành bại của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp có đội ngũ công nhân viên lành nghề, nhiều kinh nghiệm, năng lực làm việc tốt, đoàn kết, trung thành với doanh nghiệp thì đây chính là cơ sở làm tăng

năng suất cho doanh nghiệp, giảm chi phí và nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Doanh nghiệp có đội ngũ cán bộ quản lý có năng lực, có đức hạnh, nghị lực, nhạy bén với cơ chế thị trường thì sẽ giúp cho doanh nghiệp có chiến lược cạnh tranh đúng đắn, mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, dẫn dắt doanh nghiệp đạt tới mục tiêu mà doanh nghiệp đã đặt ra. Năng lực, trình độ quản lý điều hành, chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng của cán bộ cũng là các điều kiện không thể thiếu được khi mở rộng các dịch vụ viễn thông, chất lượng các dịch vụ khi mới thành lập các chi nhánh kinh doanh vừa đa dạng vừa mở rộng nên đòi hỏi trình độ quản trị điều hành và trình độ cán bộ phải tương xứng với nhau. Các dịch vụ viễn thông phần lớn đòi hỏi trình độ công nghệ cao, chính vì thế phải đạt được trình độ công nghệ theo yêu cầu thì mới đáp ứng được nhu cầu đòi hỏi của khách hàng và của thị trường.

Năng lực cùng với trình độ cao đi kèm với sức trẻ của đội ngũ cán bộ công nhân viên của doanh nghiệp góp phần lớn vào việc đáp ứng các yêu cầu về khoa học kỹ thuật. Kỹ năng giao tiếp với khách hàng đáp ứng với sự thay đổi liên tục của nền kinh tế thị trường, đặc biệt là ảnh hưởng tới CLDV của doanh nghiệp.

Nguồn nhân lực chính thức của VNPT địa bàn Bắc Giang khoảng gần 500 cán bộ công nhân viên với cơ cấu nhân lực được nêu trong **Bảng 2.16**

Bảng 2. 16: Trình độ nguồn nhân lực của VNPT địa bàn Bắc Giang

Trình độ	Số lượng (người)	Cơ cấu (%)
Đại học trở lên	278	58,28 %
Cao đẳng	106	22,22 %
Trung cấp	64	13,41 %
Công nhân	29	6,07 %
Tổng	477	100%

(Nguồn: Phòng nhân sự tổng hợp VNPT địa bàn Bắc Giang)

Bảng 2.17 Thể hiện độ tuổi công tác của cán bộ công nhân viên VNPT địa bàn Bắc Giang.

Bảng 2. 17: Độ tuổi nguồn nhân lực VNPT địa bàn Bắc Giang

Độ tuổi	Số lượng (người)	Cơ cấu (%)
---------	------------------	------------

Nam trên 55 tuổi, Nữ trên 50 tuổi	38	7,96 %
Nam từ 50 – 55 tuổi, Nữ từ 45 – 50	74	15,51 %
Nam từ 30 – 50, Nữ từ 30 – 45	237	49,68 %
Nhỏ hơn 30 tuổi	128	26,83 %
Tổng	477	100 %

(Nguồn: Phòng nhân sự tổng hợp VNPT địa bàn Bắc Giang)

Thông qua 2 **Bảng 2.16** và **Bảng 2.17** cho ta thấy cơ cấu lao động theo trình độ trung cấp và công nhân vẫn còn cao khoảng 23,47%. Tỷ lệ lao động này chủ yếu là từ thế hệ trước, khi cơ chế tuyển dụng vẫn còn trong thời kỳ bao cấp là ưu tiên con, em trong ngành, chỉ cần qua đào tạo công nhân 9 tháng hoặc trung cấp 2 năm về là sẽ được bố trí công việc làm. Chính vì thế mà trong công việc khả năng tư duy và thích ứng với công việc của một số bộ phận nhân viên này chưa đáp ứng được trong thời kỳ cạnh tranh, đó cũng là yếu tố ảnh hưởng ảnh hưởng tới CLDV của VNPT Bắc Giang.

Theo cơ cấu độ tuổi cho ta thấy độ tuổi trung bình của cán bộ công nhân viên VNPT Bắc Giang tương đối cao, tỷ lệ lao động trẻ thấp vì vậy khả năng thích ứng nhanh nhạy trong công việc cũng bị ảnh hưởng, nhưng bù lại kinh nghiệm làm việc trong công việc sẽ tốt hơn. Các đơn vị cùng địa bàn thì có cơ cấu lao động trẻ hơn, khả năng thích ứng với công việc cũng nhanh hơn.

Về công tác đánh giá nhân sự, phân tích công việc chưa được quan tâm sâu sắc dẫn đến bố trí công việc, sắp xếp người lao động chưa được đúng việc. Đặc biệt trong một thời gian dài trước đây do công tác tuyển dụng chưa được thực hiện chặt chẽ, chưa đề cao mục tiêu chất lượng tuyển dụng, hầu hết chỉ tuyển dụng con, em cán bộ công nhân viên trong đơn vị hay các mối quan hệ ngoại giao khác. Các chương trình đào tạo cán bộ công nhân viên chưa thực sự đúng với yêu cầu của mạng lưới, của kinh doanh. Kỹ năng giao tiếp, bán hàng, chăm sóc khách hàng của cán bộ công

nhân viên chưa thực sự được tốt. Công tác tiền lương và các cơ chế đãi ngộ của người lao động chưa được tính toán hợp lý và chưa gắn chặt với kết quả, hiệu quả công việc của từng cá nhân, do đó chưa tạo được động lực thúc đẩy cán bộ công nhân viên hăng say làm việc, nỗ lực trong công việc sẽ làm tăng năng suất lao động, hiệu quả công việc được đẩy lên cao.

Nguồn nhân lực chính là một trong các bất cập làm ảnh hưởng đến công tác nâng cao chất lượng dịch vụ của VNPT địa bàn Bắc Giang. Do tình hình dịch bệnh Covid-19 nên các lớp tập huấn nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên ít được mở, đặc biệt khi các dịch vụ mới phát triển hay công nghệ mới không mở lớp tập huấn để cán bộ công nhân viên tiếp cận ngay, nên khi triển khai dịch vụ mới còn khá lúng túng, tiếp theo là một số bộ phận cán bộ công nhân viên còn tư duy theo lối cũ, dẫn đến tính năng động, sáng tạo bị hạn chế, phản ứng chậm trước sự thay đổi rất nhanh của môi trường kinh doanh mới, điều đó dẫn đến các hoạt động sản xuất kinh doanh kém linh hoạt và trì trệ.

✓ Quy trình cung cấp dịch vụ

Quy trình cung cấp dịch vụ gồm: các quy trình nghiệp vụ liên quan đến việc cung cấp dịch vụ cho khách hàng, hồ sơ thủ tục cung ứng dịch vụ, chăm sóc khách hàng, quy trình xử lý, lắp đặt thuê bao, xử lý ứng cứu thông tin.

Các thủ tục cung cấp dịch vụ cũng như thời gian cung cấp dịch vụ được VNPT địa bàn Bắc Giang quy định rất cụ thể trong quy trình kinh doanh. Bên cạnh đó thì hệ thống bán hàng của đơn vị đều được trang bị các công cụ kỹ thuật cần thiết để phục vụ công tác hoà mạng như: truy cập thông tin và xử lý thông tin qua mạng nhờ hệ thống máy tính kết nối mạng. Chính vì xử lý thông tin qua mạng nên điểm yếu của các hệ thống phần mềm hiện tại chưa liên kết với nhau thông suốt nên gây khó khăn trong việc cập nhật, thống kê số liệu cũng như giám sát các chỉ tiêu chất lượng, công tác giám sát chưa chặt chẽ nên trên thực tế thì thời gian cung cấp dịch vụ và xử lý dịch vụ của VNPT Bắc Giang chưa chính xác so với quy định đã đưa ra, đặc biệt là việc lắp đặt các dịch vụ điện thoại cố định có dây, internet, truyền hình MyTV thường chận và gây nhiều bức xúc cho khách hàng, chính vì vậy nó cũng làm ảnh hưởng đến

uy tín và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Một số bộ phận cán bộ công nhân viên lợi dụng điều này để báo cáo không trung thực như: báo cáo hoàn công lắp đặt dịch vụ trước khi thi công, báo cáo hoàn thành xử lý công việc trong khi vẫn chưa xử lý...đây cũng là do các công việc trên đều bị giới hạn về thời gian thực hiện công việc.

2.3.2 *Yếu tố bên ngoài*

Là các yếu tố có thể tác động trực tiếp hoặc gián tiếp tới doanh nghiệp mà doanh nghiệp không thể thay đổi được mà cần phải vận dụng để thích nghi một cách sáng tạo với nó.

✓ Môi trường kinh doanh

Hiện nay trong môi trường cạnh tranh khốc liệt giữa các nhà mạng đặc biệt là về giá, về gói cước khuyến mại khiến cho việc phát triển thị trường rất khó khăn, đây cũng chính là lúc quan trọng nhất để khẳng định CLDV của các nhà mạng. Ngoài chính sách kinh doanh thì khẳng định CLDV là yếu tố quyết định trong việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ.

Trên địa bàn tỉnh Bắc Giang hiện tại có khoảng 1,1 triệu hộ dân cư trong đó các khu chung cư với hơn 1.000 căn hộ, bên cạnh đó có khoảng 9 Khu công nghiệp lớn nhỏ trên địa bàn toàn tỉnh, chính sách kêu gọi đầu tư thu hút các doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào các địa bàn tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, giải quyết và tạo công ăn việc làm cho hàng trăm nghìn lao động tăng thu nhập, đời sống của nhân dân trên địa bàn nâng cao, đó cũng chính là yếu tố thuận lợi để cho các doanh nghiệp viễn thông phát triển thị phần.

Phát triển dịch vụ gia tăng, các dịch vụ CNTT, dịch vụ internet cũng là một yếu tố quan trọng tác động đến CLDV và đó cũng là xu thế chung của ngành viễn thông. Các doanh nghiệp cần tăng cường đầu tư phát triển các hệ thống, trang thiết bị máy móc, tuyển dụng hoặc dịch chuyển lao động sang làm lĩnh vực CNTT. Trên địa bàn tỉnh Bắc Giang hiện nay cuộc cạnh tranh về lĩnh vực CNTT đang diễn ra rất căng thẳng giữa các nhà mạng bao gồm các dịch vụ: hệ thống một cửa tập chung phục vụ

chính quyền điện tử, hệ thống quản lý bệnh viện, hệ thống sổ liên lạc điện tử của trường học, hệ thống khai báo thuế qua mạng...

Chính vì các lý do trên mà việc yêu cầu chất lượng đường truyền internet ngày càng cao, khả năng liên kết với các máy chủ hệ thống tích hợp ngày càng đa dạng. Đây cũng chính là thánh thức không nhỏ cho các doanh nghiệp, doanh nghiệp nào đáp ứng được yêu cầu này thì cũng sẽ tự tạo cho mình được những điều kiện thuận lợi để phát triển các dịch vụ truyền thống.

✓ Môi trường văn hóa xã hội

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế của tỉnh Bắc Giang theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa là sự thay đổi lớn về cơ cấu ngành nghề cả các tầng lớp dân cư trên toàn tỉnh. Tỷ lệ lao động trong lĩnh vực dịch vụ, thương mại, công nghiệp tăng lên, tỷ lệ lao động sản xuất nông nghiệp giảm, nhu cầu giao tiếp giữa các tầng lớp dân cư tăng lên nó sẽ thúc đẩy yêu cầu phát triển của các dịch vụ viễn thông. Với lối sống hiện đại đã dần dần tác động vào phong cách sống và giao tiếp của các tầng lớp nhân dân. Thông tin liên lạc qua internet ngày càng được sử dụng phổ biến hơn và trở thành phương tiện quan trọng không thể thiếu trên cả 2 phương diện kinh doanh và tình cảm. Sự phát triển về kinh tế với nhiều khu công nghiệp được hình thành thu hút đầu tư tăng mạnh tất yếu sẽ dẫn tới dịch chuyển nội bộ một số bộ phận dân cư từ đó sẽ làm tăng nhu cầu sử dụng các dịch vụ viễn thông nói chung và dịch vụ internet nói riêng. Dịch vụ internet với bộ phát wifi đang là nhu cầu cần thiết tại các khu trọ của người lao động tại các nhà máy xí nghiệp và cả dân cư trong tỉnh, đời sống xã hội đi lên, nhu cầu sử dụng internet để phục vụ nhu cầu trao đổi thông tin, giải trí, học tập... cũng tăng. Chính vì lý do này mà các công ty, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông cần có chiến lược kinh doanh linh hoạt, các biện pháp nâng cao CLDV để đáp ứng nhu cầu sử dụng ngày càng cao của khách hàng.

✓ Môi trường công nghệ

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học kỹ thuật cho phép đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu thị trường, với sự phát triển mạnh mẽ của ngành CNTT và các ứng dụng rộng rãi của CNTT trong cuộc sống đã làm thay đổi cơ bản đời sống kinh

tế xã hội. Đặc biệt trong ngành viễn thông, tác động của CNTT đã tạo nên xu hướng phát triển dịch vụ trên địa bàn Bắc Giang như sau.

Sự kết hợp giữa viễn thông, CNTT, phát thanh truyền hình sẽ làm thay đổi cơ cấu thị trường dịch vụ cũng như thiết bị mạng lưới, sự bùng nổ và xu hướng xã hội hóa nhanh chóng của dịch vụ internet, mạng xã hội, báo điện tử, truyền hình...

Đối với mỗi quốc gia, nhà mạng thì sự phát triển mạng lưới, dịch vụ đều gắn liền với sự phát triển công nghệ, tiêu chuẩn thế giới, mạng quốc gia, mạng toàn cầu, hạ tầng thông tin toàn cầu cũng như khu vực. Các ứng dụng của internet trong việc tìm kiếm thông tin, dịch vụ email, video, phone, âm nhạc, truyền hình, truyền dữ liệu, giao dịch buôn bán hàng hóa...internet phục vụ rất nhiều cho việc học tập nghiên cứu vì vậy đã làm cho nhu cầu sử dụng dịch vụ ngày càng tăng cao.

Cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thì trong ngành viễn thông sẽ được tạo điều kiện cho các doanh nghiệp viễn thông có cơ hội tiếp cận với các công nghệ hiện đại, đây là cơ hội để đào tạo nguồn lực cho các doanh nghiệp trong tương lai, nhưng sự phát triển nhanh chóng về công nghệ đã làm thay đổi chu kỳ ngày càng ngắn chính nó lại là sức ép lớn cho các doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ viễn thông.

✓ Môi trường pháp luật, chính trị

Bắc Giang là một tỉnh trung du thuộc vùng Đông Bắc Bộ, chiếm phần lớn của diện tích vùng Kinh bắc xưa và có nền văn hóa đặc trưng và phong phú, với số lượng dân ước tính khoảng 1.845 triệu người, là tỉnh đông dân nhất và có quy mô kinh tế đứng thứ nhất vùng trung du và miền núi phía bắc. Mặc dù là tỉnh đông dân nhưng trong thời gian qua tình hình chính trị - xã hội của tỉnh vẫn giữ được sự ổn định, hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách ngày càng được hoàn thiện, đáp ứng với yêu cầu hội nhập và phát triển. Việc gia nhập các hiệp hội, tổ chức thương mại giúp nguời vốn đầu tư nước ngoài vào cả nước nói chung và Bắc Giang nói riêng tăng mạnh, nền kinh tế đang trên đà tăng trưởng với tốc độ cao. Vấn đề pháp lệnh bưu chính – viễn thông và các quy chuẩn do bộ thông tin và truyền thông ban hành đã trở thành văn bản pháp quy cao nhất đối với ngành bưu chính – viễn thông, tạo ra một cơ sở pháp

lý quan trọng cho phát triển sản xuất kinh doanh. Đây là một yếu tố thuận lợi đảm bảo khung pháp lý cho các doanh nghiệp trong ngành bưu chính – viễn thông hoạt động. thị trường trở nên sôi động hơn nhờ một hành lang pháp lý mới, điều đó làm tiền đề cho việc hình thành môi trường kinh doanh thông thoáng, mang tính cạnh tranh cao hơn so với sự góp mặt của nhiều thành phần cùng tham gia vào kinh doanh dịch vụ. Vì vậy về mặt chính trị pháp luật đã tạo điều kiện phát triển mở rộng hoạt động kinh doanh của ngành bưu chính – viễn thông. Các doanh nghiệp hiện nay sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn do việc sẽ có nhiều các doanh nghiệp trong và ngoài nước được phép kinh doanh.

Điều kiện chính trị ổn định, hệ thống pháp luật được hoàn thiện cùng với việc mở cửa của thị trường viễn thông là cơ hội tốt để cho các doanh nghiệp viễn thông kết hợp với các đối tác mạnh từ nước ngoài góp vốn cùng đầu tư, hỗ trợ chuyển giao kỹ thuật như các phương thức quản lý kinh doanh tiên tiến. Tuy nhiên nó cũng làm cho sự cạnh tranh trên thị trường sẽ trở lên gay gắt hơn khi xuất hiện các đối thủ cạnh tranh đến từ nước ngoài và làm tăng nguy cơ cho các doanh nghiệp cạnh tranh yếu.

✓ Đối thủ cạnh tranh

Trên địa bàn tỉnh Bắc Giang hiện tại có 3 nhà mạng cung cấp dịch vụ lớn là VNPT, Viettel và FPT. Thị trường internet của VNPT chưa thực sự lớn vì vậy các đối thủ cạnh tranh họ luôn áp dụng các chính sách khuyến mãi linh hoạt nhằm lôi kéo khách hàng. Họ có đội ngũ tiếp thị và phát triển thị trường tốt hơn chúng ta, được đào tạo bài bản hơn, trong khi đó đội ngũ nhân viên thị trường của chúng ta đa số được chuyển từ công việc kỹ thuật sang.

Chính sách, thù lao cho đội ngũ cộng tác viên phát triển thị trường của các đối thủ cạnh tranh cao hơn vì vậy đội ngũ cộng tác viên bên họ bám sát thị trường tốt hơn. Chính vì vậy việc giữ thị phần và phát triển khách hàng mới hiện nay đang gặp nhiều khó khăn, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ không ngừng cải tiến và nâng cao CLDV của mình.

✓ Quan hệ quốc tế

Khi gia nhập các tổ chức kinh tế thế giới đã giúp rất nhiều cho đất nước tiến vào phát triển trong môi trường thế giới toàn cầu hóa, đó là điều kiện tất yếu mà mọi doanh nghiệp, ngành, chính phủ phải nói đến khi tiến trình hội nhập nền kinh tế toàn thế giới được hình thành. Vì vậy môi trường quốc tế và toàn cầu hóa phát triển kinh tế sẽ phức tạp hơn, cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn những khác biệt về quan điểm văn hóa xã hội, chính sách kinh tế, thể chế trong mỗi quốc gia trên toàn thế giới, điều đó có thể làm tăng hoặc giảm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

2.4 Đánh giá chung chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang.

2.4.1 Điểm mạnh

VNPT địa bàn Bắc Giang là doanh nghiệp cung cấp đầy đủ nhất các dịch vụ VT - CNTT và tích hợp nhiều dịch vụ cho khách hàng, tiết kiệm giá thành sản phẩm dịch vụ, các sản phẩm dịch vụ hỗ trợ đồng thời cho nhau. Với quy mô và năng lực hạ tầng cung cấp dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin. VNPT địa bàn Bắc Giang có hệ thống hạ tầng mạng lưới rộng khắp toàn tỉnh, hệ thống mạng code, mạng truy nhập đồng bộ hiện đại, lại là doanh nghiệp có truyền thống cung cấp dịch vụ lâu năm trên địa bàn.

Thương hiệu VNPT đã được khẳng định, sản phẩm do VNPT, VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp như: dịch vụ di động, internet, dịch vụ điện thoại cố định có dây và không dây G-Phone, dịch vụ truyền hình MyTV... các dịch vụ này đã tạo ra niềm tin tuyệt đối với khách hàng. Có đội ngũ nhân viên xử lý đông, nhanh nhạy trong mọi tình huống, khả năng đáp ứng cao trong thời gian xử lý sự cố cho khách hàng tốt hơn các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt các khách hàng doanh nghiệp nước ngoài luôn tin tưởng và sử dụng dịch vụ của VNPT Bắc Giang.

Với tâm lý ngại thay đổi và sự tin tưởng của khách hàng đã dùng quen sản phẩm có chất lượng và thương hiệu của VNPT, đó cũng chính là cơ hội và là điểm mạnh mà VNPT địa bàn Bắc Giang cần phát huy để phát triển sản phẩm và chiếm lĩnh thị trường, mở rộng thị phần và tạo thói quen tiêu dùng cho khách hàng trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay.

Được sự ủng hộ của chính quyền và các cơ quan, doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh, VNPT địa bàn Bắc Giang ngoài nhiệm vụ kinh doanh còn có nhiệm vụ chính trị với bề dày về lịch sử trong quá trình hình thành phát triển của đất nước.

Việc xác định lắp đặt và cung cấp dịch vụ là điểm mấu chốt thể hiện đúng việc cam kết về thời gian, về CLDV cung cấp, do đó công tác này luôn được ưu tiên thực hiện hàng đầu, việc theo dõi thời gian thực hiện từ việc đăng ký lắp đặt ban đầu cho đến khi nghiệm thu hoàn thành đều được kiểm tra theo dõi qua mạng máy tính, nhờ đó mà các chỉ tiêu về thời gian, chất lượng cũng đảm bảo hơn. Công tác lưu trữ, cập nhật, kiểm tra dữ liệu trong hệ thống hồ sơ lưu trữ được thực hiện khá thường xuyên và nghiêm túc.

2.4.2 Điểm yếu

Hiện nay việc mở rộng thị phần gặp nhiều khó khăn, thị phần bị suy giảm. Nguyên nhân chủ yếu là do: Công tác tổ chức bán hàng, chăm sóc khách hàng sau bán hàng, nâng cao chất lượng lắp đặt, xử lý sự cố... chưa thực sự được quan tâm sâu sắc. Mặt khác do ngày càng nhiều đối thủ cạnh tranh nên số thị phần ngày càng bị chia nhỏ.

Với đội ngũ nhân viên đông nhưng trình độ chưa đồng đều sẽ ảnh hưởng tới công việc chăm sóc khách hàng và nâng cao CLDV.

Sự phối hợp giữa các đơn vị trong công tác quản lý vận hành xử lý sự cố còn thiếu chặt chẽ dẫn đến thời gian xử lý sự cố kéo dài quá thời gian quy định.

Hệ thống giám sát CLDV có số liệu chưa cập nhật đầy đủ gây khó khăn trong việc thu thập và đánh giá kết quả, quy trình phát triển dịch vụ và hỗ trợ khách hàng còn chưa đồng bộ, thủ công nên quá trình hỗ trợ khách hàng còn hạn chế nhiều. Công tác tổ chức hệ thống giải đáp và hỗ trợ dịch vụ còn chưa đa dạng về hình thức, chưa thống nhất nên gây phiền hà cho khách hàng khi thông báo hỏng.

Khách hàng chưa thật sự hài lòng về phong cách, kỹ năng phục vụ, khả năng thấu hiểu khách hàng của đội ngũ nhân viên cả về kỹ thuật và kinh doanh, sự khác biệt về sản phẩm dịch vụ còn khá mờ nhạt so với các thương hiệu khác trong ngành. Tỷ lệ đường dây kém chất lượng còn cao, vẫn có tình trạng thuê bao báo hỏng nhiều

lần mới sửa, thời gian xử lý dài. Một số đơn vị còn buông lỏng không thực hiện đúng các quy trình cung cấp dịch vụ, bảo dưỡng thuê bao thiết bị, không đảm bảo các chỉ tiêu về CLDV cho khách hàng... Về công tác nâng cao CLDV, nhận thức của một số cán bộ công nhân viên còn chưa thực sự nhiệt tình dẫn đến việc triển khai công tác chăm sóc khách hàng của VNPT địa bàn Bắc Giang còn hời hợt, làm theo kiểu chiếu lệ không mang tính chuyên nghiệp, tính chủ động trong các đơn vị còn hạn chế việc thực hiện các chỉ đạo của cấp trên còn mang tính chất làm cho có thực hiện, không đạt kết quả cao.

Công tác tuyển dụng, chính sách đào tạo, chế độ đãi ngộ với người lao động còn nhiều bất cập, làm giảm khả năng thu hút và phát triển nguồn nhân lực có trình độ cao. Đi kèm với nó là hệ thống nhân viên của doanh nghiệp còn thiếu tính chuyên nghiệp, việc này cần phải nâng cao hơn nữa về trình độ chuyên môn nghiệp vụ cũng như kỹ năng giao tiếp, đàm phán với khách hàng để đáp ứng một cách tốt nhất với yêu cầu của công việc trong bối cảnh cạnh tranh như hiện nay. Công tác nghiên cứu thị trường của doanh nghiệp cũng còn nhiều bất cập, việc phân loại, lựa chọn thị trường mục tiêu đối với từng loại dịch vụ còn nhiều hạn chế. Chính điều này đã làm ảnh hưởng nhiều đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Nhận thức của các cán bộ công nhân viên đặc biệt tại các Trung tâm viễn thông huyện, thành phố về công tác kinh doanh, chăm sóc khách hàng, các sản phẩm CLDV, bảo dưỡng bảo trì thiết bị còn chưa bắt kịp so với yêu cầu đổi mới, một số vẫn còn tư tưởng cũ là chờ khách đến với mình và chưa nhận thức sâu về tầm quan trọng của công tác chăm sóc khách hàng và giữ khách hàng.

2.4.3 Nguyên nhân

Các nguyên nhân chính dẫn đến các hạn chế nêu trên của VNPT địa bàn Bắc Giang:

Một là: mô hình tổ chức và trình độ năng lực của cán bộ công nhân viên còn nhiều hạn chế.

VNPT địa bàn Bắc Giang chưa có sự quan tâm đúng mức tới công tác nâng cao chất lượng các dịch vụ mà mình đang cung cấp, đặc biệt trong các khâu như: cung

cấp, xử lý, giải đáp, hỗ trợ khách hàng trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ. Cơ cấu tổ chức của đơn vị chưa được gọn nhẹ, còn quá nhiều khâu trung gian trong quá trình sản xuất và kinh doanh, các quy định, quy chế còn thiếu và chưa phù hợp, điều này làm cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh còn trì trệ và thiếu sức sáng tạo.

Với đội ngũ lãnh đạo cán bộ công nhân viên thì chịu nhiều ảnh hưởng của quy chế, tư duy của chế độ cũ dẫn đến tính năng động, khả năng sáng tạo bị hạn chế và kìm hãm, phản ứng chậm trước những thay đổi của môi trường kinh doanh mới. Công tác đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực chưa được quan tâm và đầu tư đúng mức, khả năng phân tích, đánh giá thị trường và đưa ra các quyết định đầu tư chưa sát với tình hình thực tế.

Hai là: chất lượng các sản phẩm dịch vụ internet và mạng lưới phân phối của VNPT địa bàn Bắc Giang còn nhiều hạn chế.

Hiện nay chất lượng các dịch vụ còn chưa đa dạng, chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, chưa làm hài lòng khách hàng, các dịch vụ internet của đơn vị chưa được tốt, nhiều sản phẩm cam kết về băng thông nhưng thực tế thì băng thông vẫn chưa đạt được như cam kết ban đầu. Đơn vị vẫn có hiện tượng để khách hàng chờ lâu. Hạ tầng dịch vụ internet của đơn vị vẫn chưa đáp ứng đủ yêu cầu của khách hàng, nhiều khu vực khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ nhưng hạ tầng chưa có, năng lực phục vụ, chất lượng kỹ thuật, chất lượng đường truyền, tốc độ download, upload dữ liệu chưa đáp ứng được yêu cầu của khách hàng. Qua đây cho ta thấy CLDV internet của VNPT địa bàn Bắc Giang còn nhiều vấn đề, trong đó có vấn đề liên quan đến hạ tầng mạng lưới và năng lực nhân viên địa bàn, chăm sóc khách hàng cần được nâng cao.

Ba là: quy trình phục vụ của dịch vụ internet chưa đáp ứng được yêu cầu.

Vấn đề hiện nay là thời gian thiết lập dịch vụ, hỗ trợ, xử lý sự cố trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ của VNPT Bắc Giang chưa được tốt, nhiều khách hàng đánh giá chưa hài lòng, không tạo sự tin tưởng cho khách hàng gắn bó lâu dài. Trong việc làm thủ tục cung cấp dịch vụ internet cho khách hàng còn nhiều thủ tục

mang tính rườm rà gây mất thời gian cho khách hàng, việc thiết lập dịch vụ cho khách hàng vẫn chưa đúng thời gian như thông báo, lắp đặt dịch vụ thành công ngay từ lần đầu tiên vẫn chưa được thực hiện chính xác một cách đầy đủ như cam kết, hệ thống tổng đài hoạt động còn nhiều lần bị quá tải không đáp ứng được cho khách hàng.

Sau khi phân tích các điểm mạnh, điểm yếu nêu trên. VNPT địa bàn Bắc Giang muốn giữ vững và phát triển thị phần internet thì cần thực hiện các giải pháp đồng bộ để nâng cao CLDV và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng đã, đang và sẽ sử dụng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang.

► **So sánh chất lượng mạng internet với đối thủ cạnh tranh**

Bảng 2. 18: So sánh chất lượng mạng internet với đối thủ cạnh tranh

	Điểm mạnh	Điểm yếu
VNPT	<ul style="list-style-type: none"> - Sở hữu đường truyền internet trong nước và quốc tế ổn định. - Có hệ thống các chi nhánh giao dịch phủ rộng khắp cả nước. - Giá cước phải chăng trong số ba nhà mạng lớn tại Việt Nam hiện nay. - Sở hữu công nghệ cáp quang 100%, ứng dụng nhiều công cụ hiện đại trong vận hành và quản lý sản phẩm/dịch vụ. 	<ul style="list-style-type: none"> - VNPT có quy trình làm việc kiểu nhà nước đơn thuần nên thủ tục rườm rà. - Cách chăm sóc khách hàng được nhận định kém chuyên nghiệp, không linh hoạt. - Nhà mạng ít có các chương trình khuyến mãi đi kèm.
VIETTEL	<ul style="list-style-type: none"> - Sở hữu 4 đường truyền cáp quang quốc tế (2 trên biển, 2 trên bộ) nên đảm bảo tính ổn định. - Băng thông truy cập cao. - Không bị ảnh hưởng bởi điều kiện tự nhiên, thời tiết. - Sở hữu mức giá cước rẻ nhất trong số các nhà mạng đang hoạt động hiện nay. - Chế độ chăm sóc khách hàng khá chuyên nghiệp, linh hoạt và nhanh chóng. - Phục vụ khách hàng ở vùng núi, nông thôn tốt hơn. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chưa thật sự phù hợp cho các quán game hoặc doanh nghiệp lớn vì tốc độ đường truyền chỉ ổn định khi nhu cầu dùng ở mức vừa phải. - Vùng phủ sóng ở đô thị khá ít, gây bất tiện cho khách hàng tại những khu vực này.

FPT	<ul style="list-style-type: none"> - Có chi nhánh rộng khắp trên toàn quốc nên các hỗ trợ và giao dịch nhanh chóng. - Đường truyền internet ổn định nhờ sử dụng cáp AON/Gpon hiện đại. - Quy trình lắp đặt nhanh chóng, cho phép thanh toán trực tiếp và online linh hoạt. - Ứng dụng công nghệ hiện đại, bảo mật tốt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Giá thành cao hơn nhà mạng Viettel và các đơn vị viễn thông khác khoảng 20%. - Thủ tục lắp đặt phức tạp, yêu cầu có hộ khẩu khi đăng ký hòa mạng. - Chưa đáp ứng triệt để nhu cầu của khách hàng ở khu vực nông thôn.
------------	--	---

(Nguồn: tác giả tổng hợp theo phiếu khảo sát và nguồn internet)

KẾT LUẬN CHƯƠNG II

Trong chương 2 tác giả đã tập trung vào nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang. Nhìn chung, chương 2 luận văn đã trình bày được những vấn đề quan trọng như:

Giới thiệu sơ lược về VNPT địa bàn Bắc Giang, dựa trên mô hình đề xuất và các giả thiết nghiên cứu, tác giả tiến hành đánh giá thống kê mô tả, thực hiện các kiểm định sự phù hợp của mô hình và các nhân tố. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang. Nội dung chương cũng đi sâu vào phân tích và đánh giá ảnh hưởng của môi trường tới hoạt động kinh doanh của VNPT địa bàn Bắc Giang, thực trạng phát triển dịch vụ Internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang. Đồng thời chỉ ra và nêu rõ nguyên nhân của những hạn chế tồn tại còn tồn tại để từ đó đề ra những giải pháp có tính khả thi và khoa học ở chương 3.

Chương 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET TẠI VNPT ĐỊA BÀN BẮC GIANG

3.1 Định hướng phát triển của VNPT địa bàn Bắc Giang

3.1.1 *Sứ mệnh và tầm nhìn*

VNPT địa bàn Bắc Giang luôn cung cấp cho khách hàng và đối tác các sản phẩm, dịch vụ VT-CNTT có hiệu quả nhất, mang đến cho người tiêu dùng những giá trị tốt đẹp nhất cho cuộc sống.

Tầm nhìn VNPT địa bàn Bắc Giang trở thành đơn vị viễn thông đứng ở vị trí số 1 về thị phần các dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin.

3.1.2 *Mục tiêu và chiến lược của VNPT Bắc Giang giai đoạn 2021 – 2025*

Mục tiêu tổng quát: để trở thành doanh nghiệp có thị phần số 1 về cung cấp các dịch vụ VT-CNTT trên toàn tỉnh. Luôn đảm bảo thông tin thông suốt phục vụ sự chỉ đạo điều hành của Đảng bộ, chính quyền, nhu cầu thông tin liên lạc của nhân dân, góp phần giữ gìn an ninh, quốc phòng, phòng chống dịch bệnh, thiên tai.

Xác định việc xây dựng cơ sở vật chất, hạ tầng dịch vụ, mạng lưới thông tin liên lạc quốc gia hiện đại, phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, trọng tâm là phục vụ phát triển CNTT. Luôn tiên phong đột phá trong lĩnh vực công nghệ hiện đại và sáng tạo đưa ra các giải pháp nhằm tạo ra sản phẩm dịch vụ mới chất lượng cao với gói cước phù hợp đáp ứng được quyền lợi và sự lựa chọn của khách hàng. Tập chung nâng cao chất lượng mạng lưới, chất lượng phục vụ, đặc biệt chú trọng công tác hướng về khách hàng, coi chăm sóc khách hàng là chiến lược cạnh tranh tạo lợi thế so sánh với đối thủ. Tập chung nguồn lực để phát triển các dịch vụ tiềm năng.

Luôn thực hiện chiến lược cạnh tranh theo sự khác biệt, lấy CLDV làm mục tiêu cạnh tranh, trong đó vấn đề chăm sóc khách hàng là vũ khí cạnh tranh chủ đạo. Khác biệt hóa chất lượng chăm sóc khách hàng đảm bảo có tính tích cực và hài lòng với từng nhóm khách hàng, tiến tới từng khách hàng, từng dịch vụ. Đi cùng với đó là

quán triệt tư tưởng, nhiệm vụ chủ đạo là công tác chăm sóc khách hàng đến mọi cán bộ công nhân viên trong đơn vị.

Xây dựng hình ảnh VNPT Bắc Giang năng động, luôn sát cánh cùng khách hàng, sẵn sàng phục vụ khách hàng về nhu cầu VT-CNTT mọi lúc mọi nơi, đảm bảo chất lượng tốt nhất, giá cả phù hợp thuận tiện nhất cho khách hàng. Với phương châm ***“Tất cả vì khách hàng”***.

Với mục tiêu giữ khách hàng hiện tại, phát triển khách hàng mới và giữ thị phần, lôi kéo khách hàng đang sử dụng dịch vụ của đơn vị khác sang sử dụng dịch vụ của mình, đem lại sự hài lòng đáng tin cậy cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Tổ chức sắp xếp tái cơ cấu đơn vị, xây dựng và hoàn thiện các cơ chế, quy định góp phần thúc đẩy năng xuất lao động và hiệu quả kinh doanh. Thực hiện quy hoạch dịch vụ trên cơ sở phân tích các lớp của dịch vụ và tiêu chuẩn CLDV. Tập chung phát triển các dịch vụ internet cho thị trường giáo dục, y tế, nông thôn, vùng núi...

3.2 Kiến nghị một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ internet tại VNPT địa bàn Bắc Giang

3.2.1 *Đổi mới mô hình tổ chức sản xuất nâng cao chất lượng nguồn nhân lực*

3.2.1.1 Hình thành giải pháp

Trong thời đại khoa học kỹ thuật 4.0 đang phát triển rất mạnh mẽ, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp viễn thông ngày càng gay gắt, nó được thể hiện trên tất cả các mặt về công nghệ, quản lý, tài chính, giá cả... yếu tố quyết định sau mọi cuộc cạnh tranh lại là con người. Ở chương 2 khi đi phân tích thực trạng CLDV internet của VNPT địa bàn Bắc Giang các điểm cần khắc phục là số điểm đánh giá thấp về nguồn nhân lực trong khả năng đáp ứng (trình độ và năng lực chuyên môn cán bộ công nhân viên), năng lực phục vụ (giao dịch viên có thể trả lời các câu hỏi về lĩnh vực khách hàng quan tâm), mức độ cảm thông (NVKT được trang bị đầy đủ kiến thức chuyên môn đáp ứng phục vụ yêu cầu của khách hàng).

Công tác tuyển dụng, chính sách đào tạo, các chế độ đãi ngộ với người lao động được VNPT Bắc Giang chỉ ra với nhiều bất cập, điều này đã làm suy giảm khả

năng thu hút và phát triển nguồn lực có trình độ cao, chất lượng nguồn nhân lực của đơn vị cũng không cao, chưa đáp ứng được yêu cầu của công việc trong bối cảnh cạnh tranh như hiện nay.

Vậy để nâng cao CLDV internet thì việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của VNPT địa bàn Bắc Giang là rất cần thiết và cần được thực hiện ngay vì yếu tố này nắm giữ vị trí quan trọng nhất trong tất cả các yếu tố giải pháp.

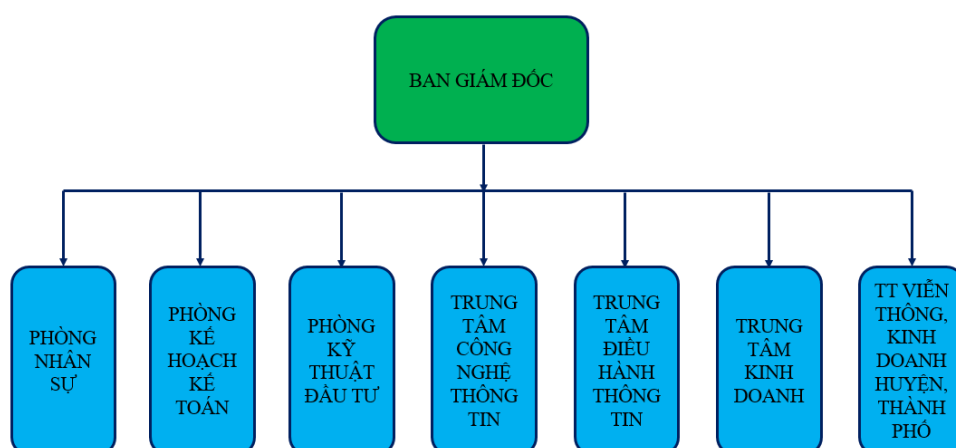
Với mô hình sản xuất như hiện nay vẫn chưa phát huy tối đa hiệu quả, khả năng kết nối giữa kinh doanh và kỹ thuật chưa cao, cần có sự chuyên biệt theo địa bàn và phối hợp của cả hai bên để tìm ra các giải pháp, thị trường tiềm năng để tiến hành đầu tư có hiệu quả vào các khu vực này.

3.2.1.2 Mục tiêu giải pháp

Mục tiêu của giải pháp nhằm tìm ra phương pháp tốt hơn để tìm kiếm khách hàng tiềm năng theo từng địa bàn cụ thể để nâng cao chất lượng phục vụ, chăm sóc khách hàng đến từng nhân viên địa bàn và nâng cao ý thức trách nhiệm của nhân viên địa bàn với khu vực mình quản lý. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thì cần phải bắt đầu ngay từ khâu tuyển dụng nhân sự đầu vào, sau đó tiến hành bồi dưỡng nâng cao chất lượng chuyên môn nghiệp vụ đối với cán bộ công nhân viên đang làm việc.

3.2.1.3 Nội dung giải pháp

- ✓ Xây dựng mô hình tổ chức sản xuất mới cho VNPT địa bàn Bắc Giang



Hình 3. 1: Sơ đồ tổ chức hoạt động mới của VNPT địa bàn Bắc Giang

(Nguồn: Tác giả kiến nghị mô hình tổ chức hoạt động mới)

Trên đây là mô hình tổ chức hoạt động theo hướng chuyên biệt của VNPT địa bàn Bắc Giang sau khi sát nhập 2 khối kỹ thuật và kinh doanh bao gồm:

a. Khối văn phòng

Là khối đầu não của VNPT Bắc Giang gồm: Ban giám đốc, các phòng chức năng có nhiệm vụ tổ chức, quản lý điều hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị. Chịu trách nhiệm chính về mọi mặt báo cáo với Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam. Các phòng ban có nhiệm vụ giúp Giám đốc quản lý, điều hành các công tác thuộc lĩnh vực tổ chức, cán bộ, lao động, tiền lương, đào tạo, chính sách xã hội, bảo hộ lao động, công tác bảo vệ chính trị nội bộ, các nhiệm vụ thuộc lĩnh vực tài chính, kế toán, thống kê theo quy định của Luật kế toán, Luật thống kê, chuẩn mực kế toán và các quy định của nhà nước, của Tập đoàn Bưu chính – Viễn thông Việt Nam và của VNPT địa bàn Bắc Giang. Công tác xây dựng, triển khai chiến lược, kế hoạch sản xuất kinh doanh, cân đối các nguồn vốn phục vụ cho mục tiêu phát triển sản xuất kinh doanh của Tập đoàn và của đơn vị mình. Quy hoạch, xây dựng quản lý mạng lưới và các dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin. Lĩnh vực đầu tư – xây dựng cơ bản, các hoạt động liên quan đến dự án, công trình, tư vấn xây lắp từ nguồn vốn đầu tư phát triển, nguồn vốn sửa chữa tài sản và các nguồn vốn khác, công tác định mức kinh tế kỹ thuật, hợp đồng BTS, ITS theo quy định của Tập đoàn và của VNPT địa bàn Bắc Giang.

b. Trung tâm công nghệ thông tin

Có vai trò quản trị mạng dữ liệu, các phần mềm, kết hợp tổ chức kinh doanh liên quan đến mảng công nghệ, là đầu mối phối hợp các trung tâm huyện triển khai thực hiện các phần mềm tập chung của tập đoàn, sản xuất các phần mềm kinh doanh bán cho các đơn vị bên ngoài VNPT Bắc Giang, hướng dẫn giải đáp, hỗ trợ về công việc cho các nhân viên địa bàn tại các trung tâm huyện khi cần thiết.

c. Trung tâm điều hành

Có vai trò xây dựng, quản lý, khai thác mạng lõi, điều hành chất lượng mạng, chất lượng cung cấp dịch vụ viễn thông, bảo dưỡng, sửa chữa thay thế các hệ thống chuyển mạch, truyền dẫn, mạng băng rộng, kênh thuê riêng và các thiết bị phụ trợ

trên mạng lưới của VNPT Bắc Giang. Tổ chức thực hiện các biện pháp, phương án đảm bảo chỉ tiêu chất lượng cho các hệ thống và thiết bị viễn thông, là đầu mối phối hợp, hỗ trợ về công việc với các trung tâm huyện, tổ chức triển khai công việc thường niên. Chịu trách nhiệm chính về đảm bảo thông tin liên lạc, xử lý ứng cứu sự cố toàn bộ hệ thống thiết bị viễn thông BTS, CSHT trên địa bàn VNPT tỉnh Bắc Giang.

d. Trung tâm Huyện – Thành phố

Là các đơn vị kinh tế trực thuộc VNPT Bắc Giang, có vai trò chức năng quản lý khai thác mạng ngoại vi, mạng truy nhập, lắp đặt, sửa chữa, cung cấp dịch vụ viễn thông trên địa bàn huyện. Bảo trì, bảo dưỡng thiết bị, xử lý sự cố CSHT các trạm BTS trên toàn huyện. Sản xuất kinh doanh, cung ứng vật tư trang thiết bị chuyên ngành, khảo sát tư vấn lắp đặt bảo dưỡng các công trình viễn thông. Tổ chức phục vụ thông tin theo yêu cầu của cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương và của cấp trên, trên địa bàn hoạt động của đơn vị. Thực hiện các hoạt động tiếp thị, bán hàng, chăm sóc khách hàng, truyền thông, quảng cáo, duy trì, phát triển, quảng bá thương hiệu theo chiến lược kinh doanh của VNPT địa bàn Bắc Giang. Quản lý và thực hiện nghiệp vụ giá cước, tính cước theo quy định, thanh toán cước phí sử dụng dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin – truyền thông – viễn thông giá trị gia tăng, thu nợ cước phí. Cung ứng, đại lý các loại vật tư, trang thiết bị chuyên ngành VT - CNTT và truyền thông phục vụ yêu cầu phát triển mạng lưới của VNPT địa bàn Bắc Giang và nhu cầu của xã hội.

✓ Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Để nâng cao CLDV thành công thì trước tiên chúng ta cần phải nâng cao chất lượng nguồn nhân lực để phục vụ công tác sản xuất, kinh doanh trong thời gian tới gồm các nội dung sau:

Thay đổi trong việc xác định nhu cầu đào tạo. Công tác đào tạo trong thời gian tới của đơn vị phải xuất phát từ nhu cầu thực tế, tránh tình trạng đào tạo tràn lan vừa tốn kém lại không đạt yêu cầu. xác định trọng tâm nhu cầu đào tạo của từng đơn vị trong từng giai đoạn cần phải được xem xét đánh giá cụ thể và khoa học dựa trên các nhu cầu hiện tại và nhu cầu trong thời gian tới, như vậy mới đảm bảo cho nguồn nhân

lực của đơn vị luôn phù hợp với những biến đổi xảy ra ở hiện tại và chủ động đáp ứng những nhu cầu thay đổi trong tương lai. Đơn vị cần phải xác định nhu cầu đào tạo hiện tại của mình dựa trên cơ sở tổng hợp quá trình đánh giá so sánh giữa kết quả lao động thực tế, kết quả của các đợt kiểm tra định kỳ, khảo sát thực tế với các tiêu chuẩn, định mức đã được quy định cụ thể cho từng cá nhân, từng bộ phận và từng đơn vị cụ thể. Nhu cầu đào tạo cho tương lai của đơn vị phải được căn cứ dựa trên chiến lược sản xuất kinh doanh của đơn vị, các quy hoạch về nhân lực, cán bộ đơn vị.

Thay đổi về nội dung đào tạo. Nội dung các chương trình đào tạo của đơn vị gắn liền với nhu cầu thực tế trong công tác sản xuất, kinh doanh. Nội dung đào tạo cần tập chung vào việc trang bị và nâng cao kỹ năng kiến thức chuyên môn có liên quan trực tiếp đến công việc thực tế hiện nay mà đội ngũ nguồn nhân lực còn yếu, thiếu đã và đang làm ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất và hiệu quả lao động của các cá nhân, các bộ phận trong đơn vị. Để nâng cao hiệu quả chất lượng đào tạo thì các đơn vị cần phân chia nguồn lực theo các cấp độ khác nhau để có các chương trình đào tạo cho phù hợp với từng cấp độ và chuyên môn của từng người, từng bộ phận. Tăng cường liên kết với các trường đại học, học viện, các đơn vị thành viên của Tập đoàn để mở các khóa tập huấn, hội thảo theo chuyên đề, định hướng nhu cầu công việc của từng đơn vị trong từng giai đoạn khác nhau.

Luôn động viên, khuyến khích các hình thức tự học, tự đào tạo của các cá nhân, đơn vị bằng các biện pháp như hỗ trợ học phí, thi đua khen thưởng... Cử các cán bộ trong diện quy hoạch đi học tập để nâng cao trình độ, kỹ năng tạo nguồn lực kế nhiệm trong tương lai.

Tăng cường công tác kiểm tra đánh giá. Tổ chức kiểm tra thường xuyên năng lực đội ngũ nhân viên nhằm đánh giá được năng lực thực tế và thực trạng trình độ của đội ngũ các bộ công nhân viên cũng như kiểm tra độ hiệu quả của công tác đào tạo. Qua đó sẽ định hướng tập trung đào tạo các điểm tồn tại và đào tạo tiếp nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làm việc trực tiếp với khách hàng.

Đối với các lãnh đạo quản lý của các trung tâm huyện thành phố. Đa số đội ngũ lãnh đạo quản lý hiện nay của các trung tâm huyện, thành phố trực thuộc VNPT

địa bàn Bắc Giang đều trưởng thành và đi lên từ cán bộ kỹ thuật, phần lớn chưa qua trường lớp đào tạo về quản lý, kinh doanh. Vậy mà trong thời gian qua đã trực tiếp bước vào môi trường kinh doanh mới có sự cạnh tranh khốc liệt, nó thể hiện cho thấy sự lúng túng, kém linh hoạt trong kinh doanh. Để khắc phục được vấn đề này thì đơn vị cần có chương trình kế hoạch đào tạo bồi dưỡng kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ để nâng cao trình độ quản lý cho đội ngũ này.

Với đội ngũ làm công tác khai thác, vận hành

➤ **Đội ngũ công nhân kỹ thuật:** Cần tập trung đào tạo để trang bị kiến thức sâu hơn về kỹ thuật viễn thông. Đặc biệt là về quy trình, quy phạm trong quản lý vận hành hệ thống cáp quang, các trạm BTS, sự cố đứt cáp quang, chạy máy phát điện cho các trạm BTS khi mất điện lưới, quy trình về phòng chống cháy nổ cho các trạm BTS... Để nâng cao chất lượng về quản lý vận hành và xử lý sự cố hệ thống Viễn thông.

Căn cứ vào tình hình thực tế tại từng đơn vị cũng như khối lượng quản lý vận hành hệ thống mà đơn vị sẽ xây dựng kế hoạch để cử những công nhân trẻ có năng lực đi đào tạo tại các trường có chuyên ngành viễn thông cao, nhằm xây dựng đội ngũ công nhân cốt lõi về quản lý vận hành mạng lưới viễn thông tại đơn vị.

➤ **Đội ngũ phụ trách bảo hành thiết bị:** Tập trung đào tạo để trang bị cho đội ngũ phụ trách bảo hành các kiến thức cơ bản trong sửa chữa, bảo hành và khai thác tốt tính năng của tất cả các dòng thiết bị đầu cuối mà VNPT địa bàn Bắc Giang cung cấp, mặt khác cũng giúp cho đội ngũ này có thể chủ động giải quyết tốt việc sửa chữa các lỗi cơ bản thường xảy ra trong quá trình sử dụng dịch vụ, hướng dẫn cho khách hàng sử dụng cũng như khai thác hết tính năng của thiết bị đầu cuối.

Đơn vị cũng cần có kế hoạch đào tạo chuyên sâu nhằm nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ này để họ có thể tự sửa được tất cả các loại thiết bị đầu cuối ở các mức hỏng hóc khác nhau, đáp ứng tốt các nhu cầu cần sửa chữa và bảo hành thiết bị cho khách hàng. Đổi mới trong quá trình đánh giá kết quả đào tạo và xử lý đối với các cá nhân yếu kém. Trong thời gian tới đơn vị cũng cần tập chung đổi mới và tăng cường công tác đánh giá kết quả đào tạo với mục đích xem xét mục tiêu đào

tạo đang ở mức độ nào để rút kinh nghiệm cho các kế hoạch, chương trình đào tạo tiếp theo. Ngoài ra còn làm căn cứ để có các biện pháp xử lý phù hợp đối với các trường hợp cá biệt.

Các biện pháp đánh giá kết quả đào tạo: thăm dò phản ứng thái độ của người được đào tạo, người được đào tạo có hứng thú và nhiệt tình trong việc đào tạo, xem họ có quan tâm tới nội dung đào tạo hay không, cuối cùng là chương trình đào tạo có giá trị thiết thực đối với họ hay không. Đánh giá sự thu thập kiến thức kỹ năng: Nhân viên được đào tạo có nắm vững những gì mà chương trình đào tạo có đem lại cho họ hay không. Xem xét kết quả: sau khi đào tạo các học viên có làm việc tốt hơn không, có tốt hơn những người không được đào tạo hay không.

Xử lý các trường hợp cá biệt: Sau khi xem xét đánh giá kết quả của việc đào tạo và theo dõi trên thực tế. Đối với những nhân lực không đáp ứng được nhu cầu của công việc, thì cần có các biện pháp xử lý phù hợp để không ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh chung của đơn vị.

3.2.1.4 Các điều kiện thực hiện

Để thực hiện thành công những giải pháp nêu trên. VNPT địa bàn Bắc Giang đặc biệt là phòng nhân sự - Tổng hợp đóng vai trò quan trọng nhất trong quá trình thực hiện và cần thực hiện tốt các nội dung sau:

- ✓ Bố trí nhân sự theo mô hình mới một cách hợp lý, phù hợp với năng lực và phát huy tối đa hiệu quả công việc của cán bộ công nhân viên trong đơn vị.
- ✓ Xây dựng kế hoạch thực hiện công tác đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong thời buổi cạnh tranh gay gắt như hiện nay và dự tính nguồn kinh phí thực hiện.
- ✓ Xây dựng các chương trình, kế hoạch tuyển dụng lao động mới đảm bảo các cán bộ công nhân viên mới tuyển dụng phù hợp với chiến lược kinh doanh của đơn vị. Xây dựng khung kiến thức theo từng vị trí công việc qua đó tuyển dụng được những ứng viên phù hợp, nâng cao hiệu quả tuyển dụng mới.

3.2.1.5 Hiệu quả của giải pháp

Kết quả của việc thực hiện đồng bộ nhóm giải pháp nâng cao chất lượng nhân lực như đã nói ở trên sẽ giúp cho VNPT địa bàn Bắc Giang có một nguồn nhân lực có trình độ cao, có tâm huyết yêu ngành yêu nghề, làm chủ được công nghệ, làm chủ được thị trường, nó sẽ là một tài sản vô giá, một vũ khí sắc bén lợi hại nhất của doanh nghiệp để cạnh tranh với các đối thủ trên địa bàn.

Chính sách lương, thưởng hợp lý cùng với chính sách đãi ngộ thỏa đáng sẽ tạo động lực tốt cho cán bộ công nhân viên, giúp gia tăng năng xuất, thu hút nhân tài tạo điều kiện cho họ cống hiến cho đơn vị. Từ những kết quả đó thì năng lực cạnh tranh của VNPT địa bàn Bắc Giang sẽ tăng lên một cách vượt trội đủ sức cạnh tranh với bất kỳ đối thủ nào trên địa bàn.

3.2.2 Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ và chất lượng mạng lưới

3.2.2.1 Hình thành giải pháp

Với tình hình cạnh tranh gay gắt như hiện nay đối với các doanh nghiệp cùng cung cấp dịch vụ internet thì việc nâng cao chất lượng dịch vụ cả trong kỹ thuật và kinh doanh là một giải pháp tối ưu nhất để nâng cao năng lực và sức cạnh tranh. Trước tình hình vậy thì đòi hỏi VNPT địa bàn Bắc Giang cần có những chiến lược không ngừng đổi mới năng lực quản lý, năng lực kinh doanh, tăng cường các giải pháp tối ưu hóa nâng cao chất lượng mạng lưới, chất lượng dịch vụ nhằm đem lại lợi thế giúp cho đơn vị giành thắng lợi với các đối thủ cạnh tranh.

Qua phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang thì khả năng đáp ứng nhu cầu được đánh giá chưa cao, vẫn còn các khu vực có nhu cầu sử dụng dịch vụ nhưng hạ tầng chưa có, năng lực phục vụ khách hàng và chất lượng kỹ thuật được khách hàng đánh giá chưa cao về tốc độ và chất lượng đường truyền. Qua đây cho ta thấy CLDV của VNPT Bắc Giang có nhiều yếu tố, đặc biệt là vấn đề liên quan tới hạ tầng mạng lưới.

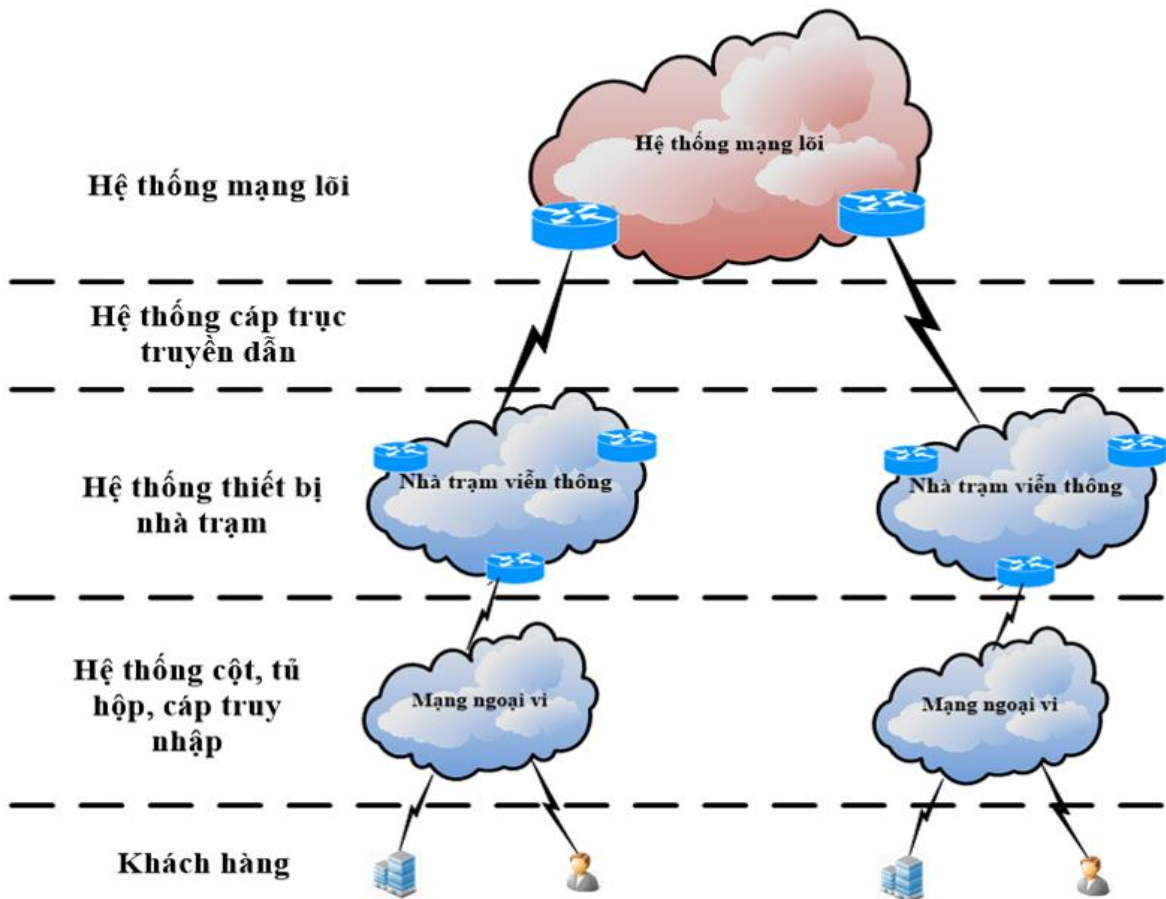
3.2.2.2 Mục tiêu giải pháp

Giữ vững thị phần hiện tại, giảm tỷ lệ thuê bao rời mạng do CLDV bị đánh giá thấp.

Tăng cường năng lực hạ tầng mạng lưới phát triển thêm thị phần tại các khu vực khó khăn chưa đáp ứng được, đi trước các đối thủ cạnh tranh tại các vùng trắng.

3.2.2.3 Giải pháp

Mô hình cung cấp dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang được thể hiện như **Hình 3.2**



Hình 3. 2: Hệ thống cung cấp dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang

(Nguồn: Tác giả kiến nghị mô hình mới)

Ở **Hình 3.2** ta thấy hệ thống cung cấp dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang gồm các phần là:

✓ Hệ thống thiết bị nhà trạm viễn thông: Gồm toàn bộ các nhà trạm, thiết bị thu phát sóng trong và ngoài nhà trạm, thiết bị truy nhập, thiết bị đầu cuối ở các khu vực trên toàn địa bàn.

✓ Hệ thống mạng ngoại vi: Gồm tất cả các hệ thống tuyến cột, tủ cáp, hộp cáp đầu nối các thuê bao internet của khách hàng và hệ thống cáp truy nhập kết nối các tủ, hộp cáp đến các thiết bị truy nhập tại các điểm phân phối, nhà trạm thiết bị của VNPT địa bàn Bắc Giang.

✓ Hệ thống mạng lõi: Gồm các thiết bị thu nhập lưu lượng internet từ các thiết bị truy nhập tại các điểm phân phối, nhà trạm và liên kết tới hệ thống mạng của các đơn vị và các nhà mạng khác. Hệ thống thiết bị này được đặt ở trung tâm viễn thông Tỉnh và các trung tâm huyện.

✓ Hệ thống cáp trực truyền dẫn: Là hệ thống cáp quang kết nối giữa các phần tử trong mạng lõi và kết nối mạng lõi đến các nhà mạng khác.

✓ Hệ thống phần tử mạng đặt tại nhà khách hàng: Gồm các thiết bị đầu cuối như Modem, ONT (optical network terminal) ...

Vậy để nâng cao CLDV internet VNPT địa bàn Bắc Giang cần tiến hành các giải pháp đồng bộ xuyên suốt từ hệ thống mạng lõi đến các phần tử mạng được đặt tại khách hàng, cụ thể như sau:

+ Kiểm soát chặt chẽ công tác khai thác vận hành thiết bị, nhà trạm viễn thông. Thời gian qua VNPT Bắc Giang đã xảy ra nhiều sự cố, thời gian xử lý sự cố chưa kịp thời gây nhiều bức xúc cho khách hàng, làm ảnh hưởng không nhỏ đến uy tín của VNPT Bắc Giang, để tình trạng này không xảy ra thường xuyên thì cần các biện pháp khắc phục như sau:

- Các trung tâm huyện, thành phố bố trí nhân viên phụ trách địa bàn theo dõi giám sát thường xuyên các tuyến cáp đang sửa chữa, xây dựng trên địa bàn của mình, khi xảy ra sự cố thì kịp thời nắm bắt, báo cáo tình hình cắt cử người đến đầu nối kịp thời đảm bảo khắc phục thông tin liên lạc một cách sớm nhất. Nắm bắt và kiểm soát được giờ cắt điện, khi mất điện phải kịp thời chạy máy nổ phục vụ cho các tổng đài, BTS đảm bảo thông tin liên lạc được thông suốt. Mô hình tổ ngoại vi sẽ đảm bảo ứng cứu thông tin và duy trì hoạt động của hệ thống thiết bị cung cấp dịch vụ trong các nhà trạm BTS.

- Ban hành quy định về bảo dưỡng định kỳ các thiết bị, nhà trạm...giao cho các đơn vị trực thuộc lập kế hoạch đăng ký bảo dưỡng mạng lưới cụ thể và chi tiết theo từng tuyến, từng huyện và báo cáo kết quả thực hiện công tác theo định kỳ đăng ký hàng tháng về phòng Kỹ thuật đầu tư để đánh giá chất lượng bảo dưỡng mạng lưới một cách chi tiết. Hiện nay chương trình bảo dưỡng của VNPT địa bàn Bắc Giang đã từng bước thực hiện bảo dưỡng định kỳ và có kế hoạch cụ thể.

- Ban hành các quy định về xử lý, giảm trừ đơn giá tiền lương đối với các đơn vị không bảo dưỡng định kỳ thiết bị trên mạng lưới dẫn tới thiết bị hoạt động không tốt gây mất liên lạc và phản ánh khách hàng.

- Tăng cường công tác kiểm tra đánh giá, đảm bảo an toàn cho thiết bị, nhà trạm như: công tác vệ sinh công nghiệp, tối ưu nhà trạm đảm bảo tiêu chuẩn đầu nối giữa các thiết bị.

+ Tăng cường công tác cải tạo, nâng cấp hệ thống ngoại vi. Hệ thống mạng ngoại vi đã được đưa vào sử dụng nhiều năm và chưa được tiến hành cải tạo và nâng cấp, để đảm bảo an toàn thông suốt thông tin và giảm tải thời gian và số lượng sự cố thì các trung tâm nên bố trí nguồn lực cho công tác này.

Trước đây hệ thống mạng ngoại vi sử dụng 100% cáp đồng nhưng hiện tại hệ thống cáp đồng đã được thay thế bằng cáp quang 100% và đưa vào sử dụng, ưu điểm của cáp quang rất nhẹ khả năng cung cấp dịch vụ rất lớn, không cần kéo nhiều sợi trên một tuyến mà khả năng đáp ứng vẫn rất tốt vì vậy VNPT địa bàn Bắc Giang đã vận động khách hàng chuyển đổi thuê bao từ cáp đồng sang cáp quang mà giá cước không đổi, tốc độ còn cao hơn và chất lượng cũng tốt hơn so với cáp đồng. Sau khi đã vận động được khách hàng chuyển đổi thì đơn vị bắt đầu thực hiện thu rút cáp đồng và cải tạo, xây dựng lại hệ thống các tuyến cột đã yếu và hư hỏng, thay vào đó là tuyến cáp quang chất lượng cao giảm thiểu thời gian mất liên lạc cho hệ thống mạng ngoại vi.

+ Đầu tư nâng cao năng lực hạ tầng mạng lưới. VNPT địa bàn Bắc Giang đang sở hữu cho mình một CSHT mạng lưới đầy đủ và toàn diện so với các đối thủ trên địa bàn, tuy nhiên với mong muốn trở thành nhà cung cấp dịch vụ số 1 trên địa bàn

trong thời gian tới thì VNPT địa bàn Bắc Giang cần tiếp tục chú trọng đầu tư hạ tầng cho dịch vụ băng rộng để nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ hiện tại, đồng thời để phát triển các dịch vụ mới.

Với hệ thống mạng lõi: Cần đầu tư mở rộng hệ thống thiết bị, vì trong thời gian tới với xu hướng phát triển của công nghệ, khả năng tích hợp nhiều ứng dụng, các dịch vụ giá trị gia tăng ngày càng nhiều do vậy đòi hỏi băng thông cung cấp ngày càng lớn. Hiện tại khả năng đáp ứng của mạng lõi là 82,6 Gigabite, nếu tại giờ cao điểm thì băng thông đã vượt xa ngưỡng này, vì vậy băng thông cần được mở rộng trung bình mỗi năm khoảng 15 – 20% cho phù hợp với tốc độ tăng trưởng của thuê bao VNPT địa bàn Bắc Giang và cần đầu tư thêm do giới hạn khoảng cách cung cấp dịch vụ. (khoảng 5 km từ khách hàng đến thiết bị). điều chỉnh mở rộng dung lượng giữa các trạm cho phù hợp với nhu cầu của từng địa bàn, đi song song với đó thì cần quy hoạch lại mạng truyền dẫn từng khu vực theo thiết bị để thuận tiện cho quá trình mở luồng, hướng quang cũng như trong quá trình ứng cứu thông tin mỗi khi có sự cố xảy ra, ngoài ra để giảm thiểu khoảng cách từ thuê bao tới trạm BTS cần tiếp tục điều chỉnh cho phù hợp mạng ngoại vi.

Với hệ thống cáp trực truyền dẫn: tiến hành bổ xung thêm các tuyến cáp trực từ viễn thông tỉnh tới các trung tâm huyện thành phố, đảm bảo khép ring truyền dẫn theo các hướng riêng biệt. Hiện tại trên địa bàn Bắc Giang vẫn còn một số tuyến cáp đi theo cùng tuyến cột, cống bể ngầm nên nguy cơ xảy ra mất liên lạc, cô lập thông tin trên một vùng là rất cao.

Hệ thống cáp ngoại vi: **Bảng 2.4** đã cho ta thấy hiện tại vùng phục vụ cáp ngoại vi của VNPT địa bàn Bắc Giang chiếm khoảng 82% địa bàn, do vậy để tăng được thị phần trong các năm tiếp theo thì việc đầu tư hạ tầng hệ thống cáp ngoại vi là rất cần thiết.

Hệ thống thiết bị đặt tại nhà khách hàng: Cần nâng cao chất lượng sản phẩm, hiện nay VNPT địa bàn Bắc Giang đang sử dụng nhiều loại thiết bị đầu cuối do Công ty CP công nghệ công nghiệp Bưu chính Viễn thông (VNPT technology) sản xuất. Do sử dụng nhiều phiên bản cả cũ và mới của sản phẩm nên chất lượng không đồng

đều, hay bị lỗi như mất cấu hình, nguồn adapter kém, công suất phát wifi kém, khả năng tương thích chưa cao... Chính vì vậy mà nó gây ảnh hưởng không ít tới uy tín của nhà mạng VNPT và nhiều ý kiến trái chiều về chất lượng của sản phẩm và của dịch vụ.

✓ Sự khác biệt và đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ. Nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng ngày càng đa dạng hóa của khách hàng thì VNPT địa bàn Bắc Giang khẩn trương triển khai một số biện pháp nhằm khác biệt hóa và đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ như:

Triển khai các dịch vụ mới: Cuộc cạnh tranh dịch vụ GTGT trên nền dịch vụ internet ngày càng căng thẳng, các nhà mạng lớn như Viettel, FPT ngoài việc chú trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ cốt lõi thì họ còn tập chung tới các dịch vụ GTGT như: Truyền hình theo yêu cầu, dịch vụ chữ ký số, dịch vụ khai thuế qua internet, sổ liên lạc điện tử, phần mềm quản lý bệnh viện, truyền hình trực tuyến... Vậy nên VNPT địa bàn Bắc Giang muốn phát triển thuê bao để chiếm lĩnh thị phần thì cũng phải đẩy mạnh các dịch vụ GTGT theo xu hướng của các đối thủ cạnh tranh.

VNPT địa bàn Bắc Giang có thể nói là một trong những đơn vị đi đầu trong các lĩnh vực ứng dụng và phát triển các dịch vụ GTGT xung quanh dịch vụ chính là dịch vụ internet, tuy là đi đầu nhưng số lượng thuê bao các dịch vụ GTGT lại tăng chậm, điều này là do khả năng liên kết dữ liệu của các phần mềm với các hệ thống của đơn vị khác. Vậy nên cần có những giải pháp phát triển đồng bộ khi nhắm tới khách hàng, cần xem xét khả năng liên kết của khách hàng đó với các hệ thống dữ liệu khác để đảm bảo khi triển khai dịch vụ được thuận lợi. Để thực hiện được điều này cần yêu cầu một đội ngũ kỹ thuật công nghệ thông tin đầy đủ về số lượng và tốt về chất lượng. nhưng với lực lượng lao động CNTT hiện tại của VNPT nói chung và VNPT địa bàn Bắc Giang nói riêng thì còn mỏng, do vậy chính sách nhân sự cần ưu tiên tuyển dụng lực lượng lao động chất lượng hơn nữa.

Đa dạng gói cước dịch vụ, đưa ra các gói cước tích hợp nhiều dịch vụ: Xây dựng chính sách gói cước đa dạng, cơ hội lựa chọn các gói cước phong phú và đa dạng cho mọi đối tượng. Tiếp theo là cần đưa ra các gói cước tích hợp sử dụng nhiều

dịch vụ với phương châm khách hàng càng sử dụng nhiều thì mình càng có lợi và cần ban hành các chính sách miễn giảm cước thuê bao tháng khi khách hàng sử dụng nhiều dịch vụ, dịch vụ điện thoại, dịch vụ truyền hình, dịch vụ thuê kênh riêng... Vì vậy cần có chính sách giảm cước, khuyến mãi khi đó VNPT địa bàn Bắc Giang sẽ giảm được chi phí bảo trì bảo dưỡng cho khách hàng. Đối với khách hàng dùng nhiều thuê bao của cùng một dịch vụ thì cần xây dựng cơ chế giảm cước cho thuê bao sau, càng nhiều thuê bao thì mức giảm cước về sau càng tăng, đối với các dịch vụ mất tiền mua thì cần xây dựng cơ chế giảm giá hay khuyến mại cho khách hàng dùng nhiều thuê bao.

3.2.2.4 Điều kiện thực hiện

Để thực hiện được các giải pháp đồng bộ nêu trên thì cần yêu cầu VNPT địa bàn Bắc Giang phải thực hiện tính toán chi phí đầu tư, chi phí công tác bảo trì bảo dưỡng, lên kế hoạch cho từng giai đoạn thật chi tiết để mang lại hiệu quả tốt nhất và chi phí thấp nhất.

3.2.2.5 Kết quả của giải pháp

Việc không ngừng phát triển mở rộng hạ tầng mạng lưới đầu tư nâng cấp mở rộng dung lượng hệ thống, triển khai ứng dụng các công nghệ tiên tiến, đa dạng hóa dịch vụ với chất lượng cao thu hút nhiều khách hàng, tạo sự yên tâm tin tưởng, thuận lợi cho khách hàng khi sử dụng nhiệm vụ, góp phần mang lại hiệu quả cao cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang.

3.2.3 Cải tiến quy trình nhằm rút ngắn thời gian thiết lập hỗ trợ xử lý dịch vụ

3.2.3.1 Hình thành giải pháp

Là một trong những yếu tố quan trọng góp phần tăng độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ, thời gian thiết lập dịch vụ, hỗ trợ xử lý trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ càng nhanh thì độ hài lòng của khách hàng càng cao, tạo sự tự tin cho khách hàng gắn bó lâu dài với nhà cung cấp dịch vụ. So với các tiêu chuẩn của ngành đề ra thì hiện tại VNPT địa bàn Bắc Giang đều đáp ứng tốt, tuy nhiên qua điều tra tác giả thấy các yếu tố như: việc thiết lập dịch vụ cho khách hàng

đúng như thời gian thông báo, lắp đặt thành công cho khách hàng ngay từ lần đầu tiên, hệ thống tổng đài hoạt động tốt luôn sẵn sàng phục vụ 24/24, nhân viên kỹ thuật xử lý sự cố nhanh chóng kịp thời, đáp ứng yêu cầu được khách hàng. Các tiêu chuẩn trên đều được đánh giá thấp, nó cho ta thấy để nâng cao độ hài lòng của khách hàng đang sử dụng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang thì đơn vị cần tiến hành các quy định rút ngắn thời gian hơn nữa để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng sử dụng dịch vụ.

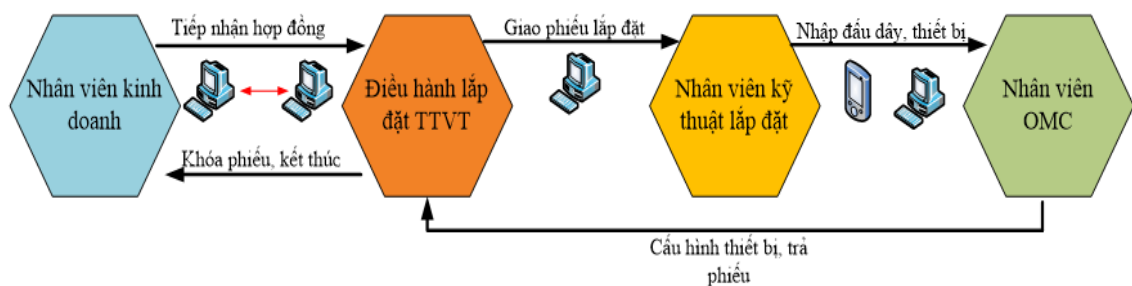
3.2.3.2 Mục tiêu của giải pháp

Giảm các khâu trung gian trong quá trình sử dụng dịch vụ, xử lý sự cố thuê bao từ đó giảm thiểu thời gian gián đoạn thông tin, cũng như tăng độ khả dụng của dịch vụ.

3.2.3.3 Nội dung giải pháp

Cải tiến quy trình thiết lập dịch vụ

Mô hình thiết lập dịch vụ hiện tại như sau



Hình 3. 3: Mô hình thiết lập dịch vụ internet hiện tại

(Nguồn: Phòng nhân sự tổng hợp VNPT địa bàn Bắc Giang)

Các bước thiết lập dịch vụ:

- ✓ Nhân viên kinh doanh tiếp nhận hợp đồng, nhập số liệu vào hệ thống phát triển thuê bao tập chung.
- ✓ NVKT lắp đặt tại các trung tâm nhận hợp đồng trên hệ thống và tiến hành lắp đặt cho khách hàng, điện thông báo cho nhân viên OMC thực hiện cấu hình cung cấp dịch vụ trên các thiết bị tổng đài.

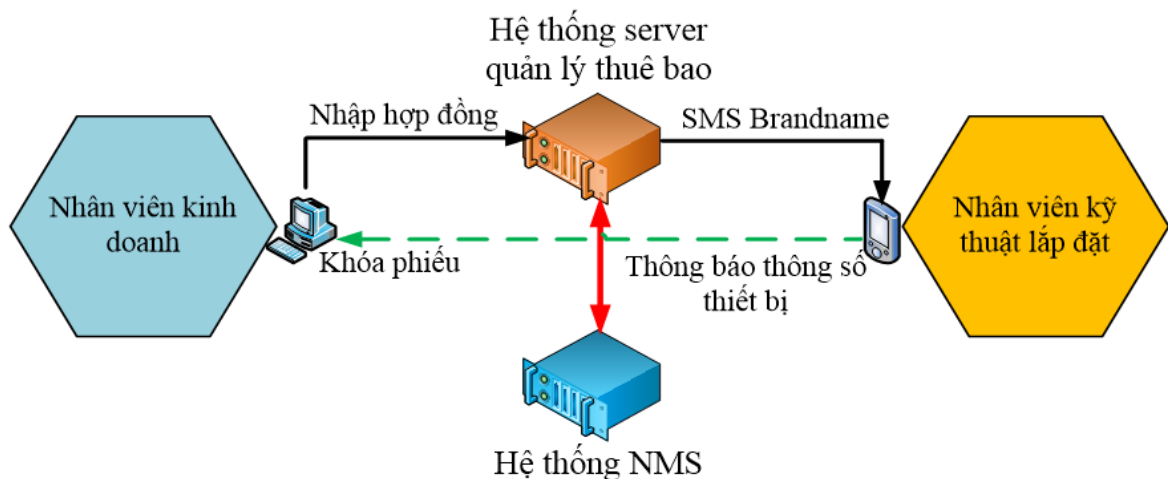
✓ Qua hệ thống của bộ phận điều hành tiến hành khóa phiếu và kết thúc quá trình thiết lập dịch vụ.

Trong **Hình 3.3** cho ta thấy hiện tại có hai khâu trung gian không trực tiếp tham gia trong quá trình thiết lập dịch vụ là:

✓ Điều hành lắp đặt tại các trung tâm huyện, khi NVKD tiếp nhận hợp đồng và nhập thông tin vào hệ thống phát triển thuê bao qua hệ thống mạng nội bộ của đơn vị, khi đó bộ phận điều hành lắp đặt sẽ tiến hành đẩy phiếu cho NVKT khu vực tiến hành lắp đặt, đây là khâu có thể không cần thiết vì NVKD có thể chuyển trực tiếp phiếu sau khi làm hợp đồng cho khách hàng qua hệ thống máy chủ và tin nhắn Brandname mà VNPT địa bàn Bắc Giang đang triển khai trực tiếp đến các NVKT.

✓ Nhân viên OMC có thể không làm nhiệm vụ cấu hình trên thiết bị Swith. Bằng cách triển khai các phần mềm tập trung để khi có nhu cầu thiết lập dịch vụ NVKD sẽ liên hệ trực tiếp với NVKT để lấy thông tin trên thiết bị và các tham số vào hệ thống quản lý thuê bao và liên kết đến hệ thống NMS (Network management system) quản lý thiết bị thực hiện các câu lệnh thiết lập cấu hình dịch vụ.

Vậy trong mô hình thiết lập dịch vụ mới sẽ không còn hai khâu trung gian này và chỉ có hệ tương tác giữa hai khâu chính trong quá trình thiết lập dịch vụ là NVKD và NVKT và hệ thống máy chủ để liên kết dữ liệu như **Hình 3.4**



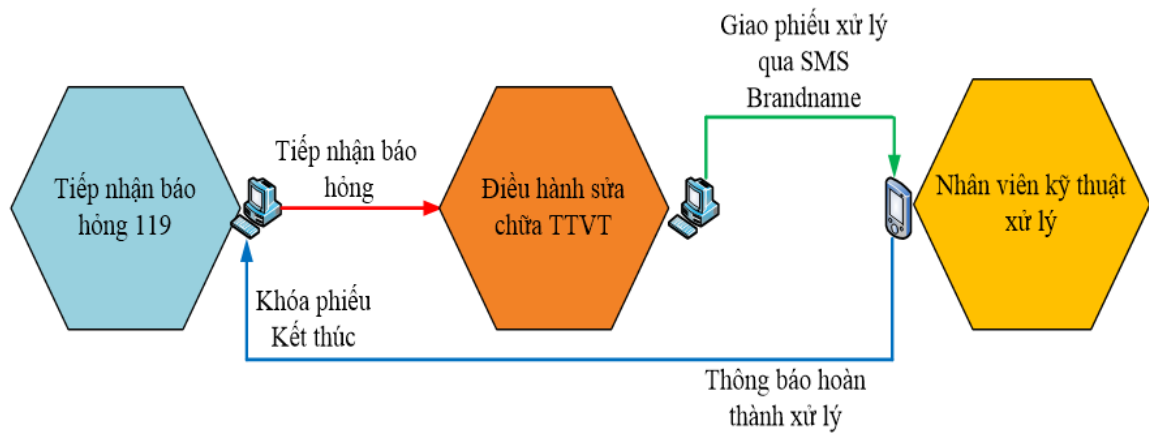
Hình 3. 4: Mô hình thiết lập dịch vụ mới

(Nguồn: Tác giả kiến nghị mô hình tổ chức hoạt động mới)

Với mô hình mới này ta thấy đã loại bỏ được hai khâu trung gian là: hệ thống điều hành tại các trung tâm huyện và nhân viên OMC thực hiện cấu hình thiết bị. Hiện tại chỉ còn hai thành phần trực tiếp trong quá trình thiết lập dịch vụ là người tiếp nhận hợp đồng và người lắp đặt hợp đồng, quá trình hết nối giữa hai thành phần thì được tiến hành tự động thông qua hệ thống máy sẵn có và hệ thống tin nhắn tự động của VNPT địa bàn Bắc Giang, thời gian thiết lập dịch vụ cũng được rút ngắn đáng kể.

Thay đổi quy trình xử lý báo hỏng

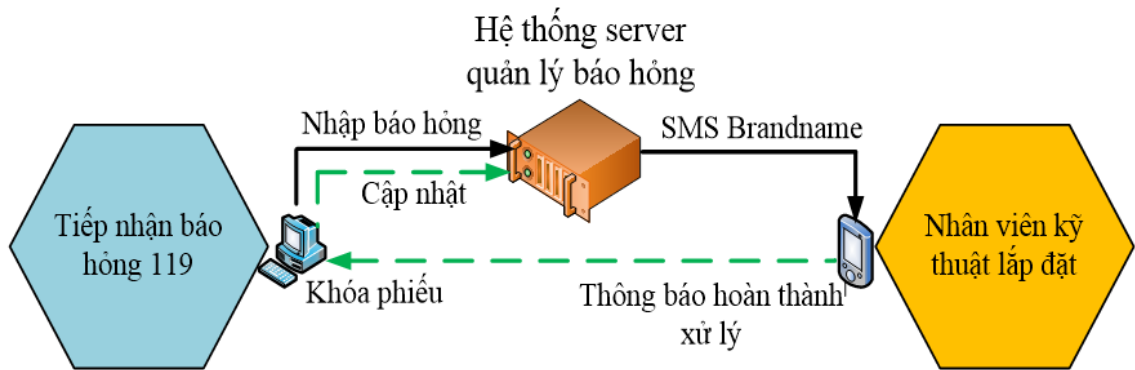
Quy trình này cũng có khâu trung gian như **Hình 3.5**



Hình 3. 5: Mô hình tiếp nhận thuê bao báo hỏng

(Nguồn: Phòng nhân sự tổng hợp VNPT địa bàn Bắc Giang)

Với mô hình này còn khâu điều hành sửa chữa tại các trung tâm ít tham gia vào quá trình xử lý sự cố. Vậy để rút ngắn thời gian xử lý sự cố, thuê bao báo hỏng thì trong **Hình 3.6** sẽ bỏ qua khâu này thay vào đó là hệ thống điều hành tự động và có ưu điểm là NVKT xử lý tiếp nhận thông tin thuê bao báo hỏng ngay khi điện thoại viên tổng đài 119 tiếp nhận thông tin và nhập vào hệ thống mọi lúc mọi nơi thông qua hệ thống tin nhắn báo hỏng SMS Brandname vào điện thoại di động của NVKT và không còn phụ thuộc vào khâu trung gian như hệ thống cũ.



Hình 3. 6: Mô hình tiếp nhận thuê bao báo hỏng mới

(Nguồn: Tác giả kiến nghị mô hình tổ chức hoạt động mới)

Một yếu tố nữa khách hàng chưa thật sự hài lòng về việc gọi tới tổng đài 0204 800 126 và hỗ trợ báo hỏng của tổng đài 119 của VNPT địa bàn Bắc Giang vẫn còn cuộc gọi không thành công, mặc dù theo tiêu chuẩn ngành vẫn có chỉ số phần trăm thực hiện cho yếu tố này, nhưng khách hàng vẫn đánh giá chưa cao, như phân tích thực trạng đã chỉ ra yếu tố này là khách hàng gọi tới số tổng đài vẫn báo bận và không thành công. Để nâng cao CLDV và sự hài lòng của khách hàng, trong thời gian tới VNPT Địa bàn Bắc Giang nên đầu tư và nâng cấp hệ thống call center và tăng cường điện thoại viên, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

3.2.3.4 Điều kiện thực hiện

Một số các nội dung để VNPT địa bàn Bắc Giang thực hiện các giải pháp nêu trên:

- ✓ Thực hiện đầu tư, nâng cấp các hệ thống server máy chủ, đảm bảo năng lực điều hành tự động.
- ✓ Trang bị cổng tin nhắn Brandname phục vụ cho các yếu tố riêng biệt.
- ✓ Bố trí thêm nhân sự hỗ trợ kỹ thuật tại bộ phận tiếp nhận báo hỏng, đảm bảo có đủ chuyên môn nghiệp vụ, kinh nghiệm để hỗ trợ, giải đáp các thắc mắc trên hệ thống khi khách hàng yêu cầu.

3.2.3.5 Hiệu quả của giải pháp

Đối với việc cải tiến các yếu tố quy trình thiết lập, hỗ trợ, xử lý thông tin sự cố, kết hợp các biện pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đầu tư hạ tầng, nâng

cao năng lực mạng lưới. Điều này giúp VNPT địa bàn Bắc Giang nâng cao CLDV và độ hài lòng của khách hàng đang sử dụng dịch vụ của VNPT địa bàn Bắc Giang. Điều này góp phần đưa VNPT địa bàn Bắc Giang trở thành doanh nghiệp số 1 về lĩnh vực VT-CNTT trên địa bàn Bắc Giang.

KẾT LUẬN CHƯƠNG III

Trên cơ sở phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang và những phát hiện, hướng giải pháp ở chương 2, trong chương 3 đề tài đã đưa ra được những giải pháp thiết thực để hoàn thiện công tác nâng cao chất lượng dịch vụ internet. Các giải pháp đưa ra có sự bổ trợ, tác động lẫn nhau và cùng ảnh hưởng đến việc hoàn thành mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ internet, cần phải thực hiện một cách đồng bộ, kết quả của giải pháp này là cơ sở cho việc thực hiện những giải pháp tiếp theo và ngược lại, thiếu một trong những giải pháp nào đó thì sẽ ảnh hưởng đến quá trình hoàn thành mục tiêu của đơn vị trong việc quản trị chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt hiện nay trong lĩnh vực viễn thông, đặc biệt trong giai đoạn nước ta đang hội nhập các tổ chức kinh tế thế giới và khu vực, thì sự cạnh tranh càng mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Ngoài những đối thủ cạnh tranh trong nước các công ty nước ngoài có thể gia nhập vào thị trường viễn thông Việt Nam đó chính là cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp trong nước kinh doanh lĩnh vực này trong đó có VNPT. Với VNPT địa bàn Bắc Giang trong thời gian qua đã phát huy được thế mạnh của mình về hạ tầng, mạng lưới của mình đã phát triển tất cả các loại hình dịch vụ viễn thông cung cấp cho khách hàng. Tuy nhiên trước yêu cầu hiện nay đòi hỏi doanh nghiệp phải cạnh tranh toàn diện, với viễn thông là cạnh tranh trên cả ba yếu tố là cung cấp đa dịch vụ, giá cước rẻ và chất lượng toàn diện thì khả năng cạnh tranh dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang bắt đầu bộc lộ những điểm yếu, nhất là về việc đảm bảo chất lượng dịch vụ. Trong một ngành dịch vụ mà đòi hỏi của khách hàng ngày càng cao, đòi hỏi VNPT địa bàn Bắc Giang phải đổi mới

nhận thức về chất lượng dịch vụ, có những hành động và giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ do mình cung cấp. Xuất phát từ yêu cầu của thực tế thị trường hiện nay, mục tiêu phát triển của VNPT địa bàn Bắc Giang, bằng các phương pháp nghiên cứu, phân tích, áp dụng các cơ sở lý luận khoa học vào thực tiễn sản xuất kinh doanh của đơn vị, luận văn đã tập trung nghiên cứu và đưa ra những giải pháp giải quyết những vấn đề cơ bản sau:

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ nói chung và của dịch vụ internet nói riêng.

Phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang và các nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng cũng như điểm mạnh và điểm yếu của đơn vị.

Kiến nghị một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ internet của VNPT địa bàn Bắc Giang.

Đây là những vấn đề hết sức cấp thiết và có ý nghĩa thực tiễn cao đang đặt ra đối với VNPT địa bàn Bắc Giang trong giai đoạn hiện nay. Việc nghiên cứu đề tài giới hạn trong phạm vi VNPT địa bàn Bắc Giang. Thời gian nghiên cứu, nguồn tài liệu thu thập được chưa nhiều, hơn nữa tác giả lại thực hiện trong hoàn cảnh dịch bệnh covid 19 diễn biến rất phức tạp và vừa công tác vừa nghiên cứu nên luận văn không tránh khỏi những thiếu sót. Rất mong có được sự thông cảm và đóng góp các ý kiến quý báu từ quý Thầy, Cô cùng các đọc giả. Tác giả xin được bày tỏ lòng biết ơn chân thành nhất đến các thầy cô giáo, các bạn đồng nghiệp, đơn vị công tác đã tận tình giúp đỡ và đóng góp những ý kiến quý báu trong quá trình hoàn thành bản luận văn này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Phan Chí Anh, Nguyễn Thu Hà, Nguyễn Hữu Minh (2013), “Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ” Tạp chí khoa học Đại học quốc gia Hà Nội.

[2]. Vũ Thị Thúy Nga (2014) “Phân tích và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ của mạng viễn thông VNPT Nam Định”, Luận văn thạc sỹ quản trị kinh doanh, Trường đại học bách khoa Hà Nội.

[3]. Đặng Ngọc Sự (2012), “Giáo trình quản trị chất lượng”, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân.

[4]. Phạm Trọng Thịnh (2013), Đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ bảo hiểm tại công ty bảo hiểm Liên Hiệp, Luận văn thạc sỹ quản trị kinh doanh, Trường đại học bách khoa Hà Nội.

[5]. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2016), “Bộ quy định chỉ tiêu chất lượng mạng-dịch vụ của VNPT”.

[6]. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2015), “ Quy định tự quản lý kiểm tra chất lượng dịch vụ viễn thông”.

[7]. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2015), “Quy chế điều hành, khai thác, bảo dưỡng mạng lưới và chất lượng dịch vụ viễn thông – dịch vụ Internet”.

[8]. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2018), “Quy định chỉ tiêu chất lượng dịch vụ Internet trực tiếp”.

[9]. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2019), “Triển khai đo kiểm, đánh giá, nâng cao chất lượng kết nối dịch vụ Internet”.

[10]. VNPT Bắc Giang (2017), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2017, Bắc Giang.

[11]. VNPT Bắc Giang (2018), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2018, Bắc Giang.

[12]. VNPT Bắc Giang (2019), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2019, Bắc Giang.

[13]. VNPT Bắc Giang (2020), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2020, Bắc Giang.

[14]. Phòng Nhân sự Tổng hợp VNPT Bắc Giang, “Mô hình tổ chức và chức năng nhiệm vụ của VNPT Bắc Giang”.

[15]. Website tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam: <http://vnpt.vn>

[16]. Website VNPT Bắc Giang: <http://vnptbacgiang.com.vn>

[17]. Website Cổng thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam: <http://chinhphu.vn>

MẪU PHIẾU KHẢO SÁT

Thưa quý vị! Với mục tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ internet VNPT địa bàn Bắc Giang nhằm mục đích đưa ra một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ internet hiện nay. VNPT địa bàn Bắc Giang rất mong quý vị bớt chút thời gian của mình để trả lời những câu hỏi dưới đây bằng cách tích **X** vào các câu trả lời mà quý vị cho là đúng. Chúng tôi xin cam kết bảo mật thông tin cá nhân của quý vị.

Xin chân thành cảm ơn!

Phần A: CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET CỦA VNPT ĐỊA BÀN BẮC GIANG

Anh/Chị vui lòng cho biết ý kiến của mình sau khi sử dụng dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang.

Trả lời bằng cách chọn 1 lựa chọn về mức độ mỗi yếu tố		Hoàn toàn đồng ý	Đồng ý	Bình thường	Không đồng ý	Hoàn toàn không đồng ý
	Độ tin cậy	1	2	3	4	5
1	Thực hiện đúng cam kết trong hợp đồng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Lắp đặt dịch vụ đúng như thời gian thông báo đến khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Lắp đặt dịch vụ thành công ngay từ lần đầu tiên	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Thông tin về các gói cước là chính xác và nhất quán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Tính đúng giá cước quy định	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6	Thực hiện đầy đủ cam kết có trong thông báo khuyến mãi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Thông tin đến khách hàng một cách nhanh nhất và chính xác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Khả năng đáp ứng					
8	Tiếp nhận lắp đặt dịch vụ tại các điểm giao dịch luôn sẵn sàng phục vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Giao dịch viên hiểu rõ quy trình nghiệp vụ cung cấp dịch vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Yêu cầu tiếp nhận lắp đặt tại địa chỉ người sử dụng qua số điện thoại tổng đài được đáp ứng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Nhân viên kỹ thuật luôn cố gắng liên hệ trước và hẹn khách hàng để lắp đặt dịch vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Giao dịch viên sẵn sàng giúp đỡ và tiếp nhận yêu cầu trong những trường hợp có khó khăn từ phía khách hàng (xa trạm kỹ thuật, đường truyền kém, chưa có hạ tầng)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Trình độ và năng lực chuyên môn cán bộ nhân viên của đơn vị đáp ứng đúng yêu cầu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Nhà mạng luôn cố gắng, kịp thời thông báo đến khách hàng nếu có vấn đề phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Năng lực phục vụ					

15	Anh/chị luôn cảm thấy thoải mái khi sử dụng dịch vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Anh/chị hoàn toàn tin tưởng vào chất lượng và tốc độ đường truyền dịch vụ internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Anh/chị hoàn toàn tin tưởng rằng những thông tin cá nhân luôn được giữ bí mật	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Giao dịch viên sẵn sàng trả lời các câu hỏi của khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mức độ thông cảm					
19	Nhân viên kỹ thuật của VNPT địa bàn Bắc Giang luôn thể hiện sự kiên nhẫn, tôn trọng mọi yêu cầu tìm hiểu thông tin và sử dụng dịch vụ internet của khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Nhân viên VNPT Bắc Giang luôn hiểu được những nhu cầu đặc biệt và lợi ích của khách hàng và cùng anh/chị tìm biện pháp tốt nhất để đáp ứng những nhu cầu đó	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Hệ thống tổng đài hoạt động tốt, luôn sẵn sàng phục vụ khách hàng 24/24h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Nhân viên kỹ thuật của VNPT Bắc Giang luôn hỗ trợ, xử lý sự cố nhanh chóng kịp thời đáp ứng yêu cầu khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23	Nhân viên VNPT Bắc Giang được trang bị đầy đủ kiến thức chuyên môn sẵn sàng phục vụ hỗ trợ khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Phương tiện hữu hình					
24	Trang web http://vnptbacgiang.com.vn thiết kế đẹp, chuyên nghiệp; có đầy đủ thông tin về dịch vụ mà khách hàng quan tâm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Anh/chị đánh giá về các điểm giao dịch của VNPT Bắc Giang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Anh/chị đánh giá như thế nào về các trang thiết bị máy tính, máy in, modem... để sử dụng trong quá trình cung cấp dịch vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Chất lượng kỹ thuật					
27	Tốc độ tải dữ liệu trung bình nội mạng (với website/server của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,8 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,8 V_{umax}$	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	Tốc độ tải dữ liệu trung bình ngoại mạng (với website/server của không phải doanh nghiệp cung cấp dịch vụ): $P_d \geq 0,75 V_{dmax}$ và $P_u \geq 0,75 V_{umax}$	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Lưu lượng trung bình của mỗi hướng kết nối $\leq 70 \%$	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	Tỷ lệ dung lượng truy nhập bị ghi sai cước $\leq 0,1 \%$	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Hình ảnh của dịch vụ					

31	Dịch vụ internet là dịch vụ cần thiết được nhiều người sử dụng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Dịch vụ internet là cầu nối trao đổi giao lưu tình cảm, giao thương thông tin, hàng hóa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Nhận diện thương hiệu dịch vụ internet đẹp, ấn tượng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Anh/chị cảm thấy hài lòng về cung cách phục vụ của dịch vụ VNPT Bắc Giang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Dịch vụ internet uy tín chất lượng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Anh/chị Hài lòng về chất lượng của dịch vụ internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	Anh/chị cảm thấy hài lòng về sự hữu dụng của dịch vụ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sự hài lòng về dịch vụ internet					
38	Anh/chị sẵn sàng bỏ tiền sử dụng dịch vụ internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39	Anh/chị sẽ luôn sử dụng dịch vụ internet của VNPT Bắc Giang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	Anh/chị Giới thiệu người khác sử dụng dịch vụ của VNPT Bắc Giang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Phần B: THÔNG TIN NGƯỜI KHẢO SÁT

Họ tên:

Địa chỉ:

Email:

1. Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ

2. Độ tuổi: ☐ Dưới 20 ☐ Từ 20 – 35 ☐ Từ 35 – 50

☐ Từ 50 – 65 ☐ Trên 65

3. Nghề nghiệp:

☐ Công chức, Viên chức ☐ Kinh doanh

☐ Nhân viên, Công nhân ☐ Nội trợ

☐ Sinh viên, Học sinh ☐ Khác

4. Anh/Chị thường sử dụng internet vào mục đích nào?

☐ Công việc ☐ Giải trí

☐ Làm việc, Học tập ☐ Khác

☐ Trao đổi liên lạc

Một lần nữa chúng tôi xin chân thành cảm ơn quý Anh/Chị đã giành thời gian để trả lời câu hỏi này.